

2025

金融友善服務調查

金融的友善，不只是感受，更是可追溯的指標
用數據量化路徑，用系統建構友善

台灣服務產業交流協會攜手業界，共建友善金融生態

索引 2025

前言	p.03
協會簡介	p.04
金融業未來趨勢	p.06
歷年調查回顧	p.10
研究規劃與方法	p.12
研究發現	p.18
結論與建議	p.45
致謝	p.48
協辦單位簡介	p.49
附錄	p.53

花開蝶舞，友善正在傳遞，未來金融更有愛！

PREFACE 前言

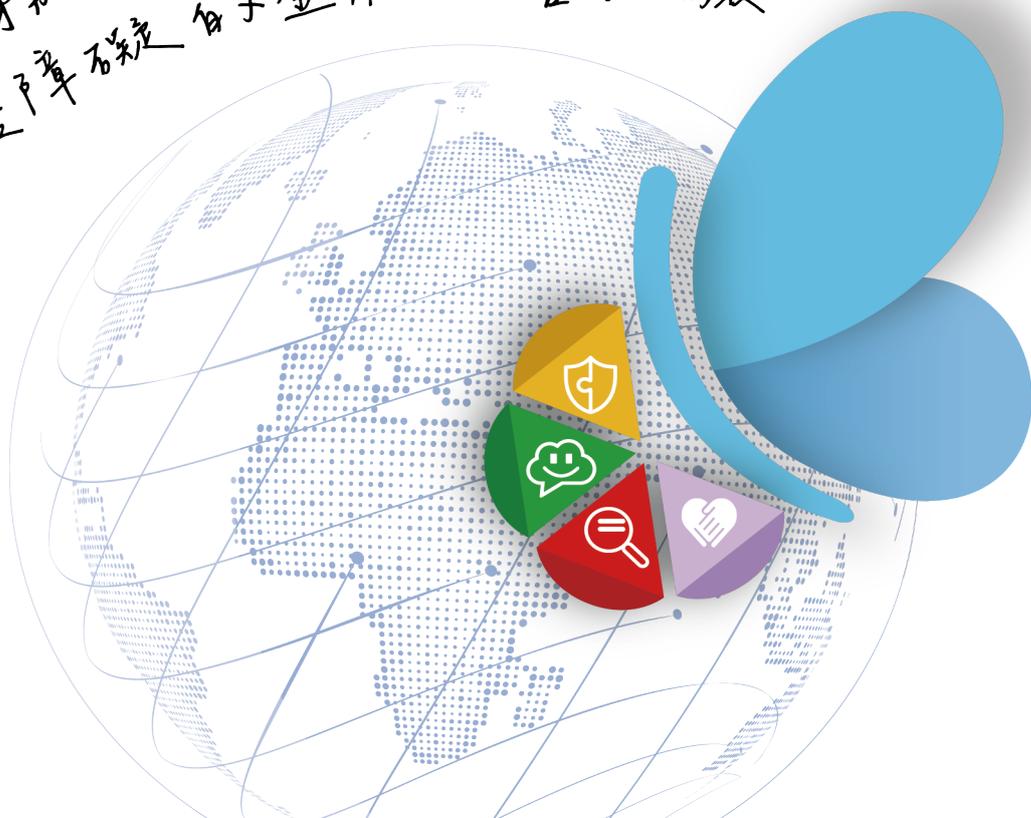
「金融友善」自 2015 年提出以來已邁入第十年。在這十年間，金融機構在金管會的指導下陸續建置各類無障礙設施，並推出多元的友善服務。然而，這些措施是否真正滿足不同客群的需求，仍需透過實際使用者的經驗檢驗，同時也成為金融機構展現服務品質與差異化能力的重要指標。

自 2023 年起，我們持續追蹤並研究各金融機構的金融友善現況。除長期與身心障礙者交流以了解其核心訴求外，三年間我們也逐步擴展觀察範疇，涵蓋年長者與外籍人士等多元族群的需求。我們得以整合多方意見並提供給金融機構作為改善依據，期盼未來臺灣能真正邁向全面且普惠的金融友善。

在報告中，我們將深入檢視金融機構於「環境」、「服務」及「制度」三大面向的表現，透過對目標族群的訪談、問卷及神秘客調查，真實呈現使用者的感受與期待。我們期望協助金融業者更貼近客戶需求，推動金融友善的服務體驗，同時也為公平待客原則的落實持續累積能量。

「金融友善」是一項長期而持續的承諾。期盼本報告能成為各家金融機構檢視現況與改進服務的重要參考，進一步提升整體環境與品質，讓所有客戶皆能享有真正「零障礙」的金融服務體驗。

服務升級，無礙同行
打造零障礙的金融友善體驗





台灣服務產業交流協會
Taiwan Service Industry Development Association

台灣服務產業交流協會致力於提升國內服務產業的專業性與競爭力，以「專業、合作、創新、品質、進步」為核心價值，推動服務品質精進與市場定位強化，並全方位促進產業交流與品牌價值提升。

協會透過多元化的培訓與交流平台，協助會員企業在瞬息萬變的市場環境中不僅能持續發展，更能保持領先。我們重視服務品質的全面提升，從前線服務人員到管理階層，涵蓋顧客互動技巧、服務流程優化與策略創新。

為支持產業成長，協會定期舉辦研討會、工作坊、市調發表及新知分享，促進知識傳遞與經驗交流，並透過內部講師培訓計畫，幫助企業培育人才，推動專業持續發展。

展望未來協會將持續推動跨產業合作與交流，協助企業探索差異化定位，全面提升客戶體驗與服務價值，成為服務產業邁向卓越與榮耀的重要夥伴。

About TSIDA



促進新知分享

掌握最新產業趨勢與技術創新



擴展專業網絡

連結業界專家與組織
強化合作與資源共享



提升專業技能

透過培訓與認證課程
提升人員素質與服務水準



Future

tsida.com.tw



INSIGHT

理事長的話

隨著金融市場的競爭日趨激烈，服務品質已不再只是附加價值，而是決定企業能否脫穎而出的關鍵核心。本次調查不僅聚焦於客戶滿意度的外部數據，更深入分析金融機構在「金融友善」理念實踐上的具體表現。我們發現，唯有將金融友善真正落實到每一個服務細節中，企業才能有效提升客戶的滿意度、忠誠度及信任感，進而帶來穩定的實質效益。除此之外，金融友善與公平待客的實踐，也將為企業贏得社會大眾的肯定與信賴，形成品牌形象與企業永續發展的正向循環。

在這樣的過程中，我們也看到金融機構逐步意識到，金融服務不僅是交易，更是「關係」與「體驗」的累積，以「人」為本的服務型態一直是大環境中不可缺少的重要一環。能否在顧客旅程的每一個環節中展現友善與公平，將成為金融機構未來競爭力的關鍵分水嶺。這不僅涉及硬體設施的設立與維護，更包括員工的服務態度、制度的彈性，以及對弱勢客群與多元族群需求的理解與回應。唯有在制度、文化與行動上三管齊下，金融友善的理念才能從口號落實為具體行動。

我們深信，唯有不斷學習、變革與創新，才能在快速變動與高度競爭的環境中持續茁壯。協會將持續扮演專業顧問與產業推手的角色，協助金融機構及服務業者精進服務品質、優化流程，並推動產業標準與國際接軌。未來，我們將積極促進跨產業的交流與合作，整合各界資源，打造多元而有韌性的服務生態系。

「台灣服務產業交流協會」將持續秉持「專業、合作、創新、品質、進步」的核心價值，專注於服務品質的提升，致力於增強國內服務產業的專業性與競爭力。同時，我們亦以強化市場定位為目標，期望與各界專家夥伴攜手合作，實現全方位的產業交流與品牌價值提升。



此致

游淑玫 | Amy

台灣服務產業交流協會 理事長

FORESIGHT 金融業未來趨勢

| 友善服務新藍海

永續發展已逐漸成為全球共識，而 ESG——環境保護 (Environmental)、社會責任 (Social) 與公司治理 (Governance)——更被視為衡量企業永續表現的重要指標。隨著 ESG 標準在國際間的推動與普及，各國政府相繼將其納入政策發展的重要方向，企業與投資機構也開始積極思考如何將永續理念融入經營策略與公司治理之中。一般而言，ESG 評分越高的公司，不僅更能獲得市場信任與投資支持，也更具備長期穩健經營的能力，因此 ESG 已成為連結永續發展與市場競爭力的關鍵橋樑。

臺灣在這股國際潮流下亦積極跟進。金融監督管理委員會 (以下簡稱金管會) 近年來陸續推出多項永續金融政策，推廣在投資決策過程中納入 ESG 三大面向，以提升我國金融市場的永續性與國際影響力。為落實政策，金管會於 2022 年 12 月指導臺灣金融研訓院、保險事業發展中心及證券暨期貨市場發展基金會共同推出「永續金融評鑑」，其評分架構涵蓋永續發展綜合指標，以及環境 (E)、社會 (S) 與公司治理 (G) 三大構面。其中的「社會 (S)」面向，正是本報告所關注的核心重點。

在社會責任推動方面，金管會早於 2015 年便推出「金融服務業公平待客原則」，並自 2019 年起導入公平待客原則評核制度，確保金融服務業在商品與服務的提供過程中，能秉持公平合理、平等互惠與誠信原則對待消費者，使不同族群皆能平等享有金融服務。同時，金管會於 2016 年督導中華民國銀行商業同業公會全國聯合會，並邀請身心障礙團體共同制定「銀行業金融友善服務準則」。自 2022 年起，更針對各家金融機構的無障礙設施與友善環境進行實地訪查，以確保相關措施能落實到位。這些作為不僅展現了政府對於社會公平性與金融友善的高度重視，也彰顯了其推動永續金融的長期承諾。



ESG

依據金管會的推動方向，金融友善的實踐可從以下五大面向切入

1. 環境友善

確保金融機構具備完善的無障礙設施，例如服務鈴、無障礙櫃檯與通道，讓身心障礙人士能平等便利地使用服務。

2. 溝通友善

提供多元的溝通方式，例如透過紙筆、即時文字服務或輔助工具，協助聽障人士 / 外語人士與服務人員交流，確保訊息傳達無障礙。

3. 服務友善

針對不同族群設計合適的服務方式與管道，例如線上預約、行動銀行服務或到府協助，並建立相應流程以滿足多元需求。

4. 資訊友善

提供清晰、易於理解的金融資訊，降低資訊落差，協助不同背景的客户做出正確決策。

5. 權益保障

強化客戶權益保障，並積極防止任何形式的歧視、不當對待或差別待遇，確保服務過程的公平性。

圖 | 金融友善項目示意圖



綜合而言，這五大面向不僅回應了 ESG 中「社會責任(S)」的核心精神，也為臺灣金融業實踐公平待客與推動永續金融提供了明確的路徑。

永續金融評鑑資訊平台
<https://esg.tabf.org.tw/about>

金融監督管理委員會 113 年度金融機構無障礙設施訪查
<https://niurl.cc/BCzLWH>

金融服務業公平待客原則
<https://niurl.cc/nUOWnj>

資料來源

迎接金融友善新挑戰：兼顧多元族群的服務設計

根據衛生福利部統計，截至 2024 年底，臺灣身心障礙人口已達 1,233,509 人，創歷年新高。其中，65 歲以上年長者佔近半數（49%），換言之，每 20 位國民中便有一人為身心障礙者，且多為高齡族群。隨著人口結構快速變化，如何保障弱勢族群的基本金融權益，已成為亟需關注的社會議題。

其中，肢體障礙者在使用金融服務時面臨的困境尤為明顯。從踏入金融機構大門開始，他們可能遭遇無障礙坡道設計不佳、櫃檯高度不適、ATM 設施不便等各種障礙。值得注意的是，肢體障礙者所面臨的需求並非單一群體的專屬困難，而是對整體公共服務設計的放大提醒。例如，推嬰兒車的家長、拄拐杖的行動不便者，也會對無障礙坡道有實際需求。因此，若金融機構能以肢體障礙者的需求為設計優先考量，不僅可顯著提升其服務體驗，也能兼顧更多一般民眾的便利性與安全性。

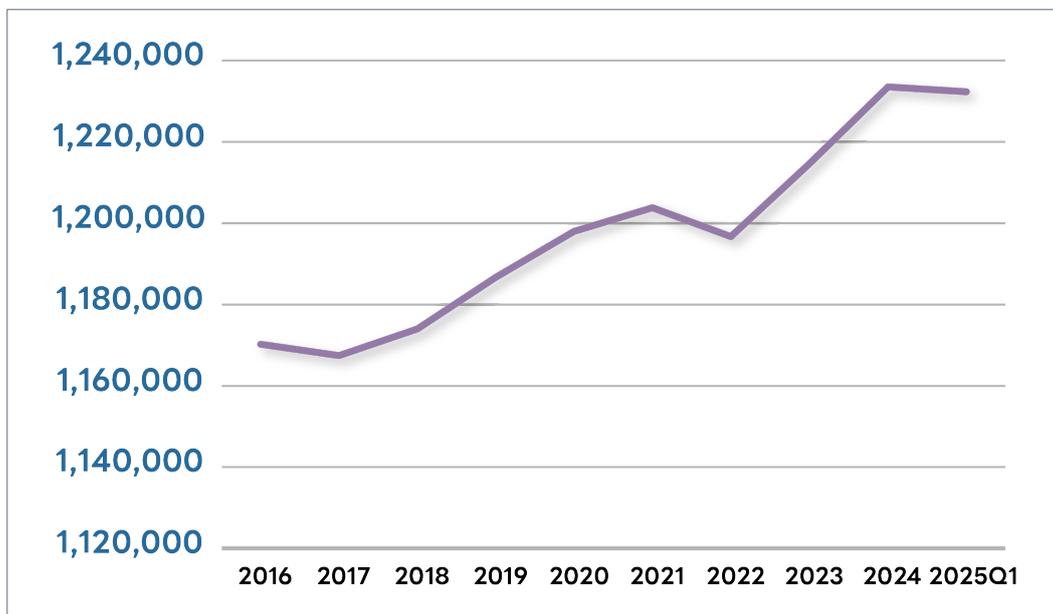


圖 | 身心障礙人口數趨勢圖

另一方面，臺灣外籍人口亦持續成長。截至 2024 年底，持有居留證的外國人口達 94.8 萬人，其中外籍移工占 71.2 萬人，同樣為歷史新高。伴隨高齡化與產業轉型，外國勞動力需求逐年增加，也讓外籍人士的金融服務需求更加迫切。政府自近年推動雙語政策，並以「雙語銀行」作為驗證指標，截至 2024 年 9 月，全國已設立 1,673 家雙語分行，占整體銀行分行數近五成（49.6%）。然而，這些服務是否真正貼近外國人的需求，仍有待檢驗。

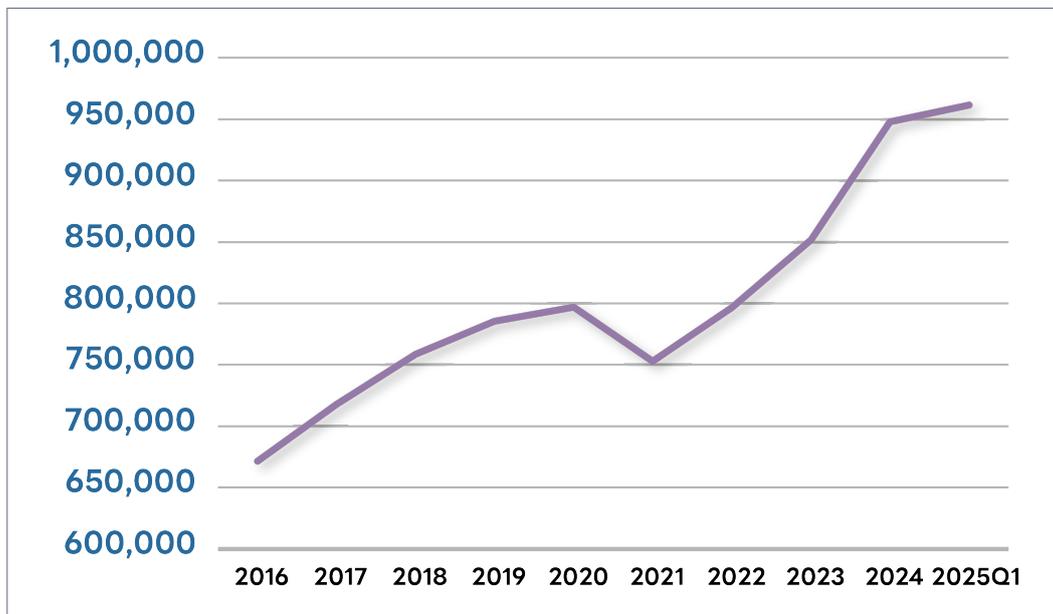


圖 | 外籍人口數趨勢圖

整體而言，身心障礙者與外籍人口的持續攀升，使金融機構在推動金融友善時面臨更大挑戰，如何將不同族群的多元需求整合，將會是未來金融友善的關鍵課題。今年我們將透過問卷、訪談與神秘客調查，持續追蹤年長者、身心障礙者與外國人在金融服務中的實際體驗。透過數據對比與趨勢分析，我們期望提出具體可行的建議，協助金融機構落實改善措施。唯有各界共同努力，方能實現一個真正友善、包容且零障礙的金融環境，並推動社會和諧與經濟永續發展。

REVIEW 歷年調查回顧

從起步到品質，再從品質邁向溝通

| 2023 年發現 - 金融友善的起步

2023 年是我們首次針對金融友善進行系統性調查。我們透過身心障礙者訪談了解其實際需求，並以問卷調查與神秘客觀察驗證現況，從「環境」、「服務」與「制度」三個層面歸納出以下重點：

環境面 | 設施規劃未真正貼近需求

調查顯示，從線上軟體到實體設施（如坡道、櫃檯等），雖然已有無障礙設計，但這些設計並未真正根據身心障礙者的需求來規劃，導致他們在使用這些硬體時仍面臨許多困難。



服務面 | 人員應對與溝通困難

服務人員普遍具有服務意願，但因缺乏正確應對技巧，往往出現討論或私下竊語等情境，使身心障礙者感受到不被尊重。這反映出，在「如何有效與不同需求的客戶互動」方面，仍存在明顯落差。



制度面 | 制度設計忽略特殊需求

許多驗證與服務流程未納入身心障礙者的情境，例如要求聽障者以電話方式進行確認，或強制視障者需由見證人陪同辦理。這些制度設計未能展現基本尊重，也限制了服務的可及性。



2023 年的調查顯示金融機構在金融友善上已有初步規劃，但僅停留於形式，難以滿足實際需求。無論在環境設施、服務互動或制度規範上，雖看得見規劃，卻普遍缺乏內涵，金融友善的實踐仍處於起步階段。

| 2024 年發現 - 客戶選擇的重點是品質

2024 年是我們第二次針對金融友善進行調查。除延續對身心障礙者的研究外，本次亦將年長者納入觀察對象。為便於比較年度差異，我們同樣從「環境」、「服務」與「制度」三大面向進行分析。調查結果顯示，各金融機構在部分環境設施上已有明顯進步，尤其是無障礙設施使用不便的情況已大幅減少。

然而，隨著年長者意見的加入，我們獲得一個新的發現：超過三分之二的受訪者認為僅需保留一至兩家主要合作的金融機構。換言之，客戶最終的抉擇依據，將不再只是環境設施，而是整體服務品質，其中包含制度設計、人員互動與服務細緻度等。

進一步比較 2023 至 2024 年的神秘客調查，我們觀察到不同金融機構在金融友善的長期投入上已逐漸拉開差距。持續投資於制度優化、服務培訓與環境管理的金融機構，普遍展現出更成熟與貼近使用者需求的表現；相較之下，投入不足的機構則在多個層面顯得落後。



圖 | 2024 年金融友善調查成果分享會

兩個年度的共通 - 溝通

綜觀 2023 至 2024 年的調查結果，可以看到金融機構在「金融友善」上已有一定進步。然而，若從資訊取得與需求溝通的角度來看，單純提供服務仍顯不足。

訪談中發現，身心障礙者與年長者普遍具備尋找合適金融機構的能力，他們會透過比對不同分行或據點來挑選能滿足需求的服務。然而，這樣的「使用者自行搜尋模式」凸顯了一項問題：責任仍落在客戶端，而非由金融機構主動因應。

同樣地，外籍人士也仰賴「搜尋」來找到雙語分行或適合自己的據點。若在抵達現場後才發現設施或服務無法滿足需求，他們往往只能默默離開，既無法即時向機構反映，也無法讓機構提前得知會有類似需求的客戶上門。更進一步地，即使在線上服務中，使用者也難以直接表達或傳遞特定需求。

這種需求與機構間的資訊落差，在 2023 與 2024 年的調查中皆未獲解決，成為一項持續存在的結構性問題。因此，我們將其列為 2025 年研究與改善的重點，期望能提出可行方案，協助金融機構建立更有效的溝通與回應機制，縮短「需求 → 服務」之間的距離。

METHODOLOGY 研究規劃與方法

隨著社會國際化與人口流動，臺灣人口結構日益多元，對金融服務的需求也隨之改變。因此，今年我們決定擴大研究範圍，不僅將重點延伸至外籍人士，並首次納入對**雙語服務現況**的檢視；同時，調查對象也從以往的銀行與壽險業，進一步擴展至**產險與證券業**。此外，我們首次針對**多家金融機構的客服中心**進行全面性調查，以期更真實反映金融機構在不同服務環節的實際表現。這些改變，旨在更精確掌握特殊族群的需求，並推動金融機構持續優化服務。

在研究方法上，本次調查延續前兩年的研究架構，並將**客服中心**調查納入主要研究設計。

| 調查分為三個階段

1. 焦點訪談

與身心障礙者進行訪談，深入了解其使用金融服務的實際經驗與痛點。

2. 問卷調查

針對年長者、身心障礙者與外語人士，蒐集其金融機構使用狀況，以及對金融服務的滿意度與需求反饋。

3. 神秘客與客服中心調查

將以真實互動情境，全面觀察金融機構在不同服務接觸點的表現。

透過這樣的三階段調查，我們得以同時掌握不同族群的需求差異，並檢視金融機構在環境、服務與制度上的整體落實情況，進一步推動金融友善服務的發展。



圖 | 研究架構圖

| 焦點團體訪談：身心障礙者金融體驗與需求探討

本次焦點團體訪談 (focus group) 採立意抽樣方式，挑選特定研究對象參與，旨在深入了解身心障礙者對金融服務的實際需求與體驗。訪談舉辦 1 場，共有 4 位肢體障礙者參與。

訪談題目以四大部分構成：

第一部分主要想了解 2023~2025 的三年間金融機構提供的服務或設備是否有明顯的進步與改善。第二部分探討與金融機構人員的溝通互動，包括專人或便利服務的使用經驗與接受度。第三部分討論數位金融服務的使用情況，以及對金融詐騙的認知、防範經驗與改進建議。第四部分則透過保險相關討論，了解身心障礙者對制度設計的看法與需求。訪談階段掌握受訪者在環境、服務與制度各面向的需求與痛點，為後續問卷調查與神秘客評估提供重要參考依據。

| 問卷調查：跨族群金融服務使用與需求分析

問卷調查針對全台 65 歲以上年長者、身心障礙者及外籍人士，旨在以量化方式了解各族群使用金融機構的現況，並評估對金融機構提供服務的滿意度。

本次調查採一次性橫斷研究 (cross-sectional research) 設計

共回收有效問卷 828 份

發放期間為 2025 年 7 月至 8 月

問卷內容涵蓋實體服務與數位服務兩大部分：

■ 實體服務

主要探討服務、防詐措施滿意度，以及金融機構在環境、服務與制度上的改善情形。

■ 數位服務

調查數位金融服務的使用狀況與網路銀行的使用滿意度。

此階段的量化分析有助於全面掌握不同族群對金融友善服務的需求與評價，並為後續神秘客與客服中心調查提供數據基礎。



問卷內容涵蓋兩大部分

| 神秘客調查：金融服務流程與現場體驗評估

神秘客調查階段主要針對金融機構的服務流程與現場實際狀況進行評估，共執行 114 場神秘客調查，其中銀行 84 場、人壽 10 場、產險 10 場、證券 10 場。為確保結果的公平性與一致性，我們選擇以北部市區據點作為調查範圍。執行銀行依據銀行局發布的本國銀行排名表進行挑選，取資產總額前 21 名作為本次受測的銀行（因台新與新光合併，排名順延補取一位），每一家銀行抽測 4 場，身心障礙者訪查 3 場，外國人訪查 1 場。

■ 公股銀行組

土地銀行、兆豐銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、彰化銀行、臺灣企銀、臺灣銀行

■ 民營銀行組

上海商銀、中國信託、元大銀行、台中商銀、台新銀行、永豐銀行、玉山銀行、星展銀行、國泰世華、凱基銀行、富邦銀行、新光銀行、聯邦銀行

人壽保險組、產物保險組、證券組也依據政府所提供的資產總額資料，取前五大為本次受測的對象，每家皆進行 2 場神秘客測試，身心障礙者訪查 1 場，外國人訪查 1 場。

■ 人壽保險組

南山人壽、國泰人壽、凱基人壽、富邦人壽、新光人壽

■ 產物保險組

明台產物、國泰世紀產物、富邦產物、新光產物、新安東京海上產物

■ 證券組

元大證券、永豐證券、國泰證券、凱基證券、富邦證券

透過神秘客調查，我們得以從使用者體驗角度，全面評估金融機構在不同服務場域的落實情況，並對環境、服務流程、制度與人員互動等面向進行深入觀察。

| 客服中心調查：外籍客戶視角下的客服中心

客服中心調查透過外籍人士以英語進線詢問的方式進行，對象除了本次神秘客調查的 36 家金融機構外，額外納入近年入選金管會「金融服務業公平待客原則」績優業者，共計 74 家金融機構，每家測試一次。

調查機構包括

■ 銀行業

三信銀行、上海銀行、土地銀行、中國信託、元大銀行、王道銀行、台中銀行、台新銀行、永豐銀行、玉山銀行、兆豐銀行、合作金庫、安泰銀行、京城銀行、板信銀行、星展銀行、高雄銀行、國泰世華、將來銀行、第一銀行、連線銀行、凱基銀行、富邦銀行、渣打銀行、華南銀行、華泰銀行、陽信銀行、新光銀行、滙豐銀行、瑞興銀行、彰化銀行、臺灣企銀、臺灣銀行、遠東銀行、樂天銀行、聯邦銀行

■ 人壽業

臺灣人壽、全球人壽、保誠人壽、南山人壽、國泰人壽、凱基人壽、富邦人壽、新光人壽、遠雄人壽

■ 產險業

明台產物、南山產物、泰安產物、國泰世紀產物、富邦產物、華南產物、新光產物、新安東京海上產物、臺灣產物

■ 證券業

中信證券、中農證券、元大證券、日進證券、北城證券、台中銀證券、永全證券、永豐證券、玉山證券、石橋證券、合庫證券、京城證券、盈溢證券、高橋證券、國泰證券、凱基證券、富邦證券、華南證券、福邦證券、遠智證券

調查中，我們特別針對不同類型的金融機構設計情境問題，以英文詢問客服人員，測試雙語服務能力與服務品質。除了評估基礎英語能力，本次調查更著重於客服人員是否能清楚、正確回覆客戶問題。透過此方式，我們全面分析了客服中心的可用性、便利性與服務品質，並評估該制度是否真正滿足外國人的需求。

| 2025 年調查評分標準及獎項說明

本次金融友善服務調查設置三大獎項

並依不同調查階段與族群設定評分權重，具體如下

獎項	評分依據
金融友善最佳服務企業	<p>公股銀行、民營銀行組 分數配比：6:3:1</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 身心障礙神秘客 (3 場) ■ 外國人神秘客 (1 場) ■ 雙語客服中心電話 (1 場) <p>人壽保險、產物保險、證券組 分數配比：6:3:1</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 身心障礙神秘客 (1 場) ■ 外國人神秘客 (1 場) ■ 雙語客服中心電話 (1 場)
金融友善最佳客服中心	雙語客服中心電話 (1 場)
金融友善最受客戶推薦銀行	問卷調查「您最推薦哪一家銀行的服務」

| 神秘客評分項目

神秘客評分項目分為兩大部分

第一部分是基本服務流程，包括基礎的服務禮儀和問題處理技巧，第二部分則是金融友善服務，不僅評估硬體設施，還包含對身心障礙者和外國人的服務技巧；此外，金融友善服務針對不同族群設計特定的評分標準，以反映其特定需求。在身心障礙者的評測中，基本服務流程占 62.5%、金融友善服務占 37.5%、總分為 100 分；在外國人的評測中，基本服務流程占 44.5%、金融友善服務占 55.5%、總分為 100 分。

表 | 2025 外國人神秘客分數配置

基本服務流程 62.5 %		金融友善服務 37.5 %	
引導服務	16.7 %	硬體設施	20.8 % (無障礙設施)
櫃檯服務禮儀	45.8 %	金融友善服務技巧	16.7 % (肢體障礙者題組)

表 | 2025 身心障礙神秘客分數配置

基本服務流程 44.5 %		金融友善服務 55.5 %	
基本服務禮儀	44.5 %	硬體設施	22.2 % (外語設施)
		金融友善服務技巧	33.3 % (外國人題組)

FINDINGS 研究發現

全面檢視金融友善：環境、服務與制度三面向調查

2025 年已是我們進行「金融友善調查」的第三年。回顧前兩年的調查，我們從身心障礙者與年長者的使用經驗出發，**聚焦於環境、服務與制度三大面向**，試圖全面掌握其在金融服務使用過程中所面臨的困難與需求。

歷經三年的觀察與資料彙整，我們發現多數弱勢族群對於金融服務仍懷有改善的期待，亦提出許多具體的建議方向。為此，本年度報告除說明**2025 年金融友善服務的實施現況**，亦納入三年來的**縱向比較分析**，系統性檢視各項措施的改善進度，盼能讓金融機構在推動包容性金融策略時，能有足夠的實務操作與服務優化的參考依據。

| 2025 年度的調查

我們將延續「環境、服務、制度」三大核心面向的分析架構

在環境面，聚焦於金融機構之硬體設施與動線設計，評估其是否具備無障礙、可近性與友善性，並能有效協助使用者順利完成基本金融交易。在服務面，則針對金融機構提供的實體服務進行檢視，評估其是否能因應身心障礙者、外國人等多元族群的需求。本次分析不僅檢視服務人員面對特殊客群的應對能力，也將進一步探討金融機構提供之服務是否真正符合這些族群的實際需求。在制度面，本次調查以防詐政策與數位服務為主軸，從現行制度設計、客戶回饋及需求契合度等角度切入，分析實際運作情形，並評估兩者對弱勢族群的支持效果與可行性。



金融友善調查
三大面向分析架構



環境 | 硬體及動線設計

從進入到離開：顧客旅程映照下的金融友善環境檢視

對於行動不便的族群來說，金融機構的整體環境會直接影響到他們的使用體驗，當金融機構能提供完備的硬體與優良的動線規劃時，行動不便者才能以「一般」的方式辦理業務。在接下來的報告中，我們除了會討論基礎設施、動線規劃，也會討論金融機構三年間各方面的改善與進步。

在今年的調查中，為確保結果的公平性與一致性，我們選擇以北部市區據點作為調查範圍，並於進場前確認各據點均設有無障礙坡道、無障礙櫃檯等無障礙設施，以排除基礎設施不足所造成的誤差。這樣的設計除了考量公平性等因素之外，也呼應了我們在過去調查中所觀察到的情況；大多數行動不便者在前往據點前，會先透過網路查詢相關資訊，以避免到場後無法完成業務的困境。

如同一位受訪者在訪談中所分享

「我會 Google map 看一下，因為它會顯示有什麼設施.....比如說有廁所，它就會寫它有廁所、有沒有無障礙環境。」

| 受訪者 D，2025 年訪談

然而，實際調查結果顯示，即便有事先篩選過據點，部分金融機構仍未能提供完整且友善的無障礙服務，可見在執行面仍存在落差。

環境及硬體設施：整體改善動能呈現趨緩

從趨勢圖來看，雖然 2025 年的環境落實度相較 2023 年已有顯著提升，顯示金融機構的確投入資源改善硬體環境，但若與 2024 年的數據相比，今年度多數項目卻呈現下滑趨勢。僅有無障礙廁所與無障礙車位的指標在 2025 年優於前一年，部分設施雖仍有持續優化，但整體改善動能已趨緩。

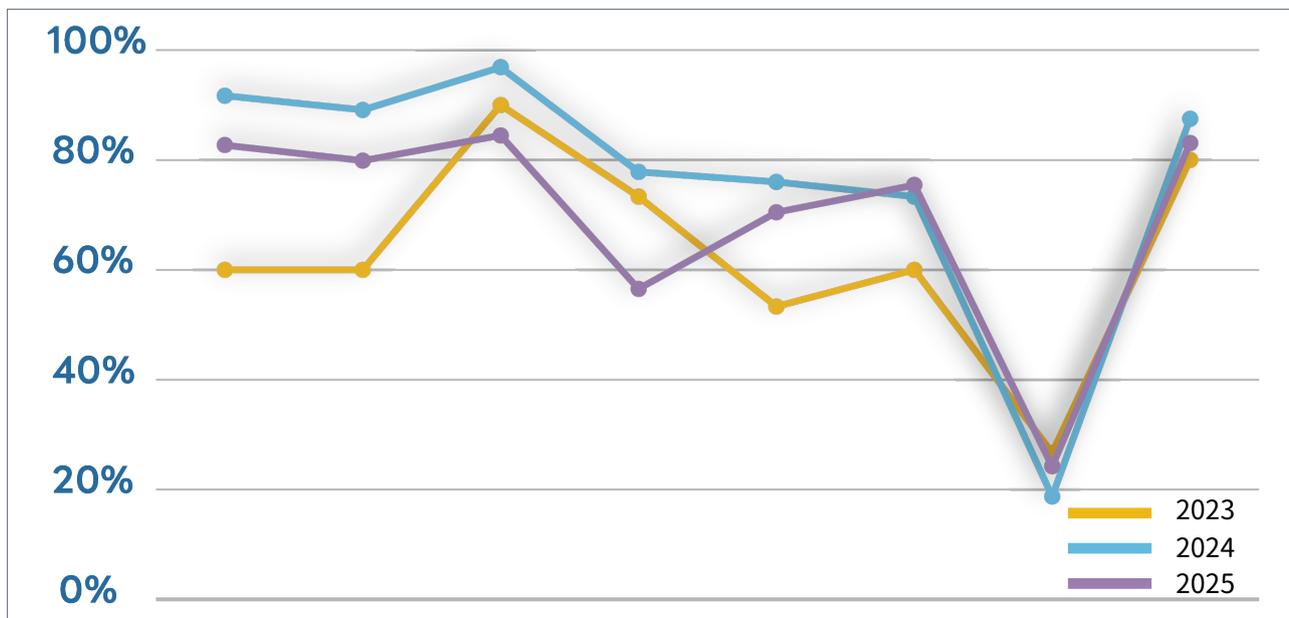


圖 | 環境及硬體設施落實度 (2023~2025)

資料來源：實地神秘客調查

為什麼今年的成績相較去年有所下滑？為什麼在已經篩選過的情況下，各據點的表現仍不理想？這些問題是我們今年持續關注與反思的重點。經過深入分析與研究後，我們將主要原因歸納如下：

- **空間條件限制**：部分據點因位於市區或既有建物，受限於建築結構，導致「外動線」及「坡道」的友善性在 2025 年不如 2024 年。
- **不符合「無障礙」標準**：雖然各據點均設有無障礙設施，但多數並未完全依照相關規範設計。在實際使用情境中，弱勢族群仍會遇到操作上的不便，例如 ATM 高度過高、容膝空間不足等，顯示機構在需求端考量不足，導致設施雖存在卻無法真正達成「零障礙」的效果。
- **設備維護不佳**：部分無障礙設施因長期缺乏妥善維護而出現故障或失效，進一步降低了實際可用性，增加了弱勢族群在使用過程中的困難。

從顧客關鍵旅程構面進一步分析：問題點與建議

若進一步從顧客旅程 (Customer Journey) 的角度檢視環境設施，並將客戶的办理流程歸納為「進入」、「辦理」及「離開」三個階段，可以發現各階段雖然面臨的挑戰有所不同，但最終仍可歸納至前述的三大因素：



外動線受限於建築空間條件，加上坡道設計未臻完善，導致弱勢族群在進出據點時便利性下降。

ATM、櫃檯等核心業務設施雖然存在，但操作不便或無法使用的問題持續存在，呈現「有設施卻難以真正使用」的情況。

廁所與停車位在 2025 年相較 2024 年雖有小幅改善，但整體進展有限，可能因地理環境或既有條件受限，致使落實度難以明顯提升。

10.1 %
無法獨自進入之據點

56.5 %
無障礙ATM覆蓋率

75.5 %
無障礙廁所達成率

24.2 %
無障礙車位達成率

進入階段

辦理階段

離開階段



- 強化無障礙設計，貼近實際需求
- 落實設施維護，確保長效運作
- 精進人員訓練，提升應變服務



- 優化無障礙櫃台，確保實際可用
- 提升 ATM 無障礙設計覆蓋率

- 無障礙廁所需求急迫
- 需滿足弱勢族群的需求

圖 | 顧客旅程 (Customer Journey)

綜合顧客旅程的觀察，我們可以清楚看到，顧客在不同階段的體驗均受到空間條件、設施設計與維護狀況的影響。前端「進入」與「辦理」階段的不便，不僅直接影響弱勢族群的使用便利性，也會對整體顧客體驗造成負面影響；即使「離開」階段有所改善，也無法完全彌補前端環節的不足。這說明了，若要有效提升整體落實度與顧客滿意度，未來的改善策略必須全面檢視並優化各階段的設施條件與維護管理，確保顧客在整個旅程中都能感受到真正的無障礙服務。接下來，我們將深入討論三個不同階段的執行狀況，並分析各階段的問題點與改善建議。

進入階段

本次調查中，有 10.1% 的據點在「進入」階段就遇到困難

其主要原因為坡道設計不佳導致行動不便者無法獨自進入分行。在這些無法獨自進入的據點中，六成因無障礙坡道設計缺陷導致行動不便者無法順利進入；更值得注意的是，有四成的據點雖設置了服務鈴，卻因設備故障而無法發揮功能，導致弱勢客戶即使嘗試求助也未能獲得及時支援。此一狀況反映出部分金融機構在設施設計與設施維護兩方面均存在落差，形成「有設置但不可用」的矛盾。

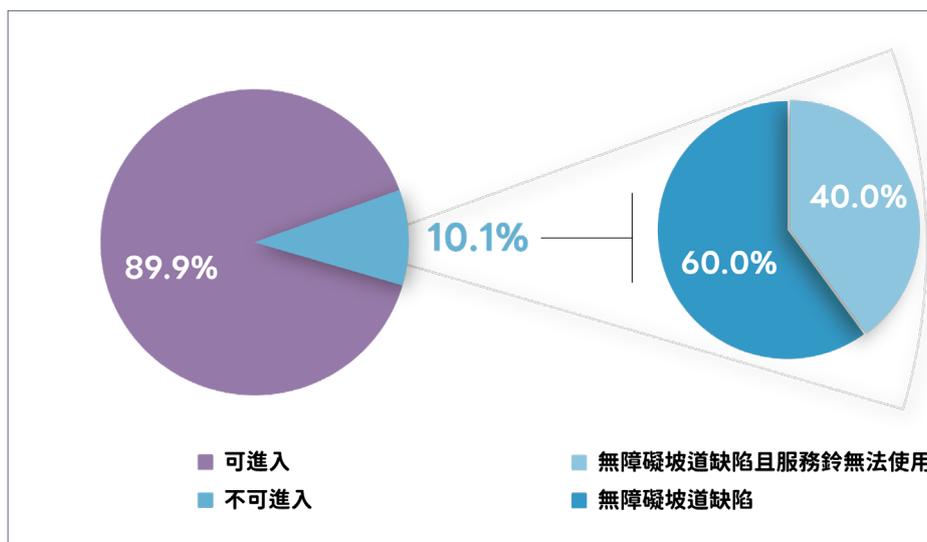


圖 | 無法獨自進入之據點分析圖

資料來源：實地神秘客調查

此現象不僅出現在神秘客調查，亦可從問卷數據中得到印證。根據問卷，有 10.5% 的受訪者表示進入金融機構時遇到困難，其中僅 67.8% 在困難情境中獲得人員協助，反映實際協助率仍有明顯不足。

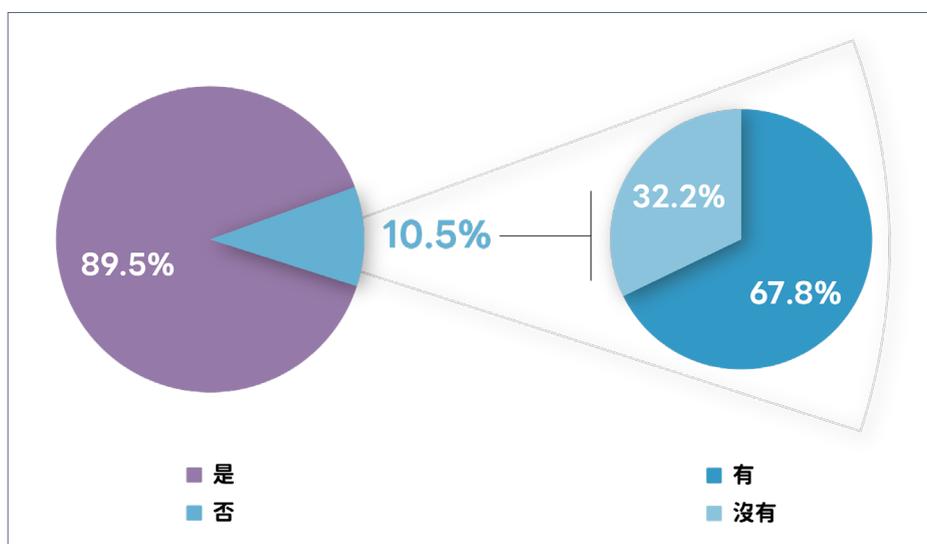


圖 | 進入金融機構遭遇困難之分析圖

資料來源：實地神秘客調查

另一方面，雖然 65.5% 的受訪者認同金融機構在「無障礙環境及設施」上已有進步，但仍有相當比例的受訪者持保留態度。在不認同的受訪者中，高達 54.6% 指出無障礙設施不足及設備維護不佳是退步的主要原因。

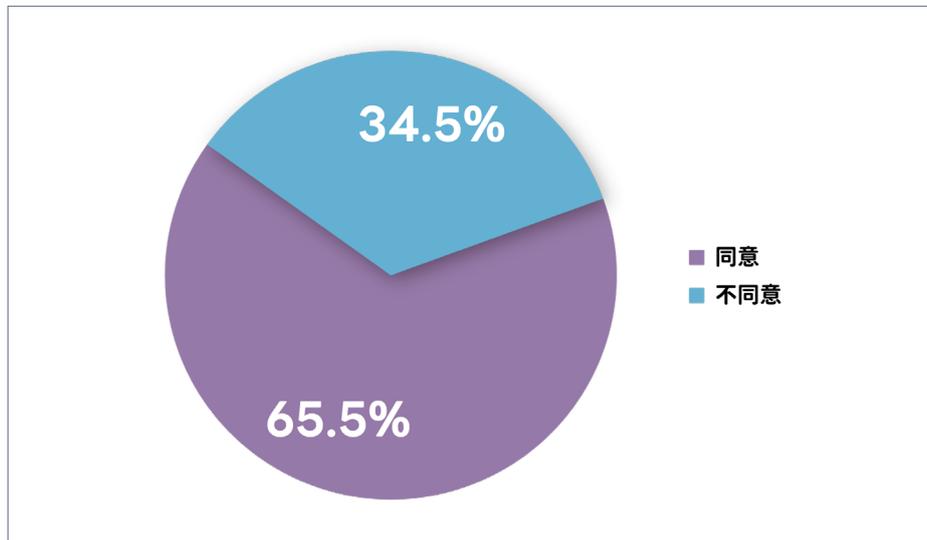


圖 | 您是否同意近三年金融機構在「無障礙環境與設施」有所進步？ 資料來源：問卷調查

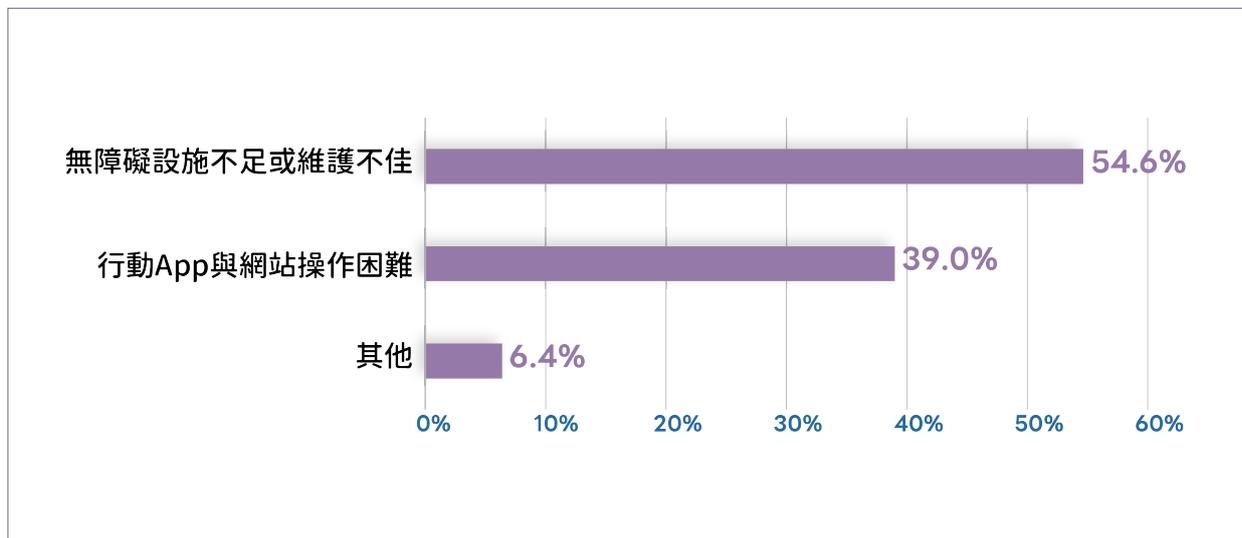


圖 | 無障礙環境與設施退步原因

資料來源：問卷調查

值得注意的是，從受訪者的回饋中，可以更進一步看出實際使用情境的差異：

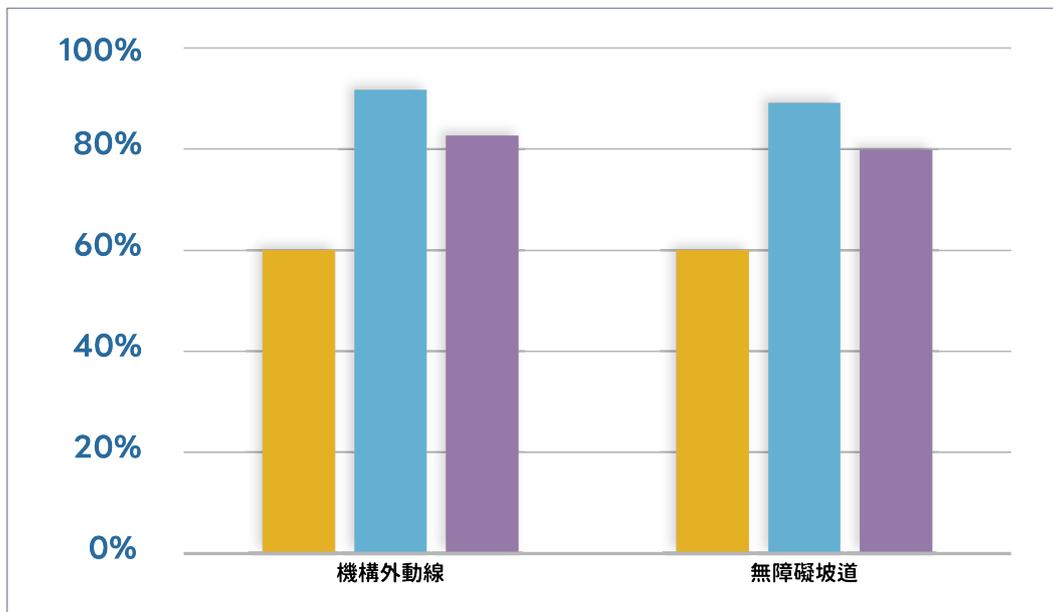
「我覺得是有改善的，第一個硬體的部分，斜坡感覺有比較好，指示也更明顯一點。」

| 受訪者 A · 2025 年訪談

「還是要講一下斜坡的部分，因為我看到的就是有些都有裝服務鈴，再來就是有些斜坡還是太陡。」

| 受訪者 D · 2025 年訪談

訪談結果顯示，受訪者一方面肯定了金融機構在硬體環境上的進步，例如坡道設置與指示系統較過往更為清楚；另一方面，也點出設計仍未完全符合需求，尤其是坡度過陡、設施雖設置卻難以實際使用的問題。今年度測試數據亦呼應上述觀察：外部動線落實度為 82.7%，雖較 2024 年下滑，但已較 2023 年大幅改善，不再出現大量因人行道雜物或車輛臨停阻塞的情況；無障礙坡道合格率為 79.9%，較 2024 年的 89.1% 回落，主要問題集中在坡度過高、缺乏扶手，導致身心障礙者仍需他人協助才能通行。



年	機構外動線	無障礙坡道
2023	60.0%	60.0%
2024	91.7%	89.1%
2025	82.7%	79.9%

圖 | 機構外動線及無障礙坡道落實度 (2023~2025)

資料來源：實地神秘客調查

整體來看，金融機構在無障礙環境上已有明顯進展，但問題不僅限於設施是否存在，而在於：

- 1 設計是否符合實際需求（如坡度、操作高度、容膝空間）
- 2 設施能否在需要時真正發揮功能（維護與可用性）
- 3 人員是否能及時補位提供協助

這些因素才是弱勢族群衡量「金融友善」的關鍵。

辦理階段

本次調查中發現，無障礙 ATM 覆蓋率僅有 56.5%

當行動不便的客戶克服重重困難進入金融機構後，他們卻常發現，部分據點雖設有無障礙設施，實際上卻未開放民眾使用，或因設計時未充分考量使用情境，導致設施與環境仍無法真正滿足弱勢族群的需求。以無障礙 ATM 為例，這項設施近年來已成為主管機關的關注重點，理論上設置率應逐年提升。然而，本次調查結果顯示，僅有 56.5% 提供身心障礙者可使用的 ATM。在其餘不可使用的據點中，最常見的原因為機台過於老舊，或設計上未依無障礙規範設計。此結果凸顯出主管機關政策與實務落實之間仍存在落差。

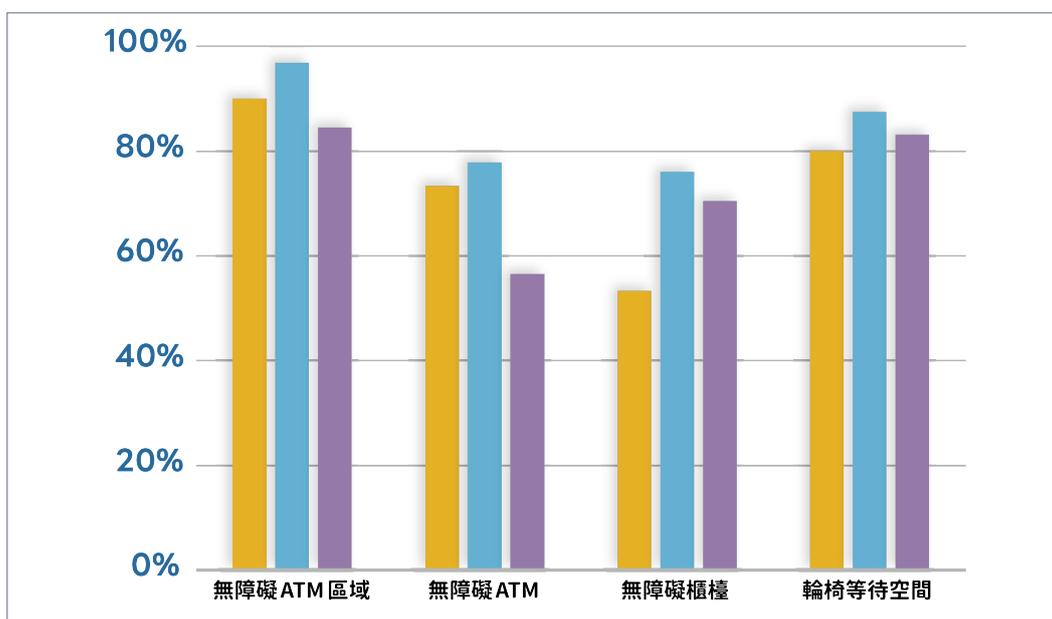


圖 | 無障礙 ATM 及無障礙櫃檯等設施落實度 (2023~2025) 資料來源：實地神秘客調查

除了 ATM 外，無障礙櫃檯的設置與使用也成為弱勢客戶的重要困擾。本次調查的所有據點均在官網公告提供無障礙櫃檯，但實際落實度僅 70.5%。原因在於部分據點雖設置櫃檯，卻未開放民眾使用，形成「有設置、無落實」的矛盾。

對受訪者而言，這樣的落差直接影響其實際的金融體驗：

「櫃檯還是比較高一點，如果我們坐輪椅的話，櫃檯大概是在我臉前那個位置，就會覺得好像有比較高啦，目前有遇到的問題還是這樣。」

| 受訪者 B，2025 年訪談

「我就是放在我的腳上面寫，寫完再拿給他，因為他櫃檯就那麼高。」

| 受訪者 D，2025 年訪談

這些對話一再顯示，即使金融機構設有無障礙櫃檯，若未能真正提供使用，對身心障礙者而言仍形同無效設置。其不僅影響金融服務的便利性，更涉及客戶尊嚴與平等對待的感受。此外，在動線設置與空間規劃上，雖然本年度落實度不及去年，但在問卷調查中，卻有 **40.0%** 的受訪者認為整體空間規劃更為友善，並視其為環境與設施進步的主要原因之一。這顯示即便部分硬體設施未完全達標，但在整體空間感與流暢度上，仍獲得部分客戶的正面肯定。

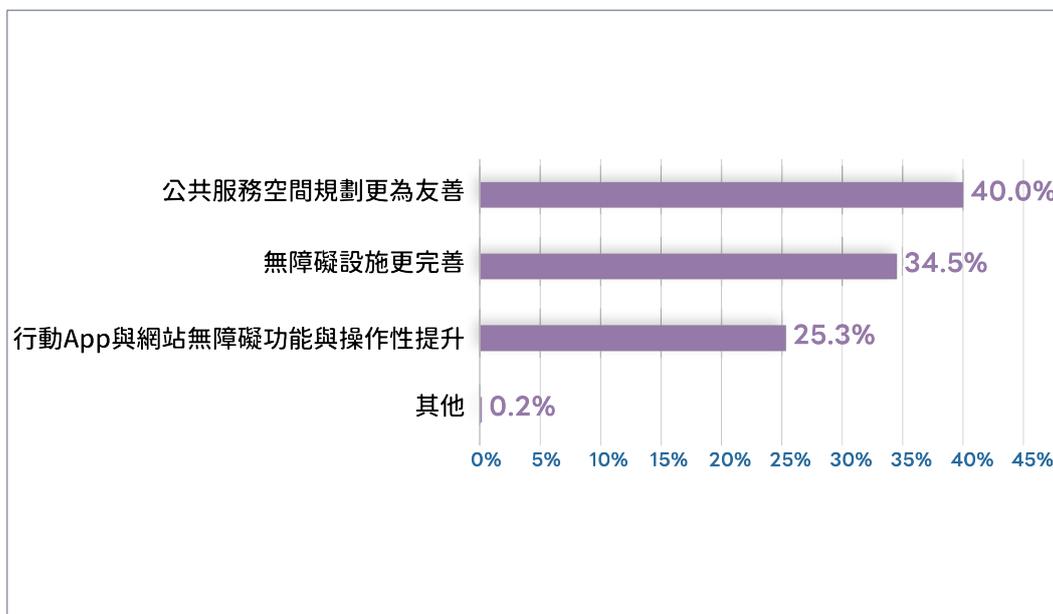


圖 | 無障礙環境與設施進步原因

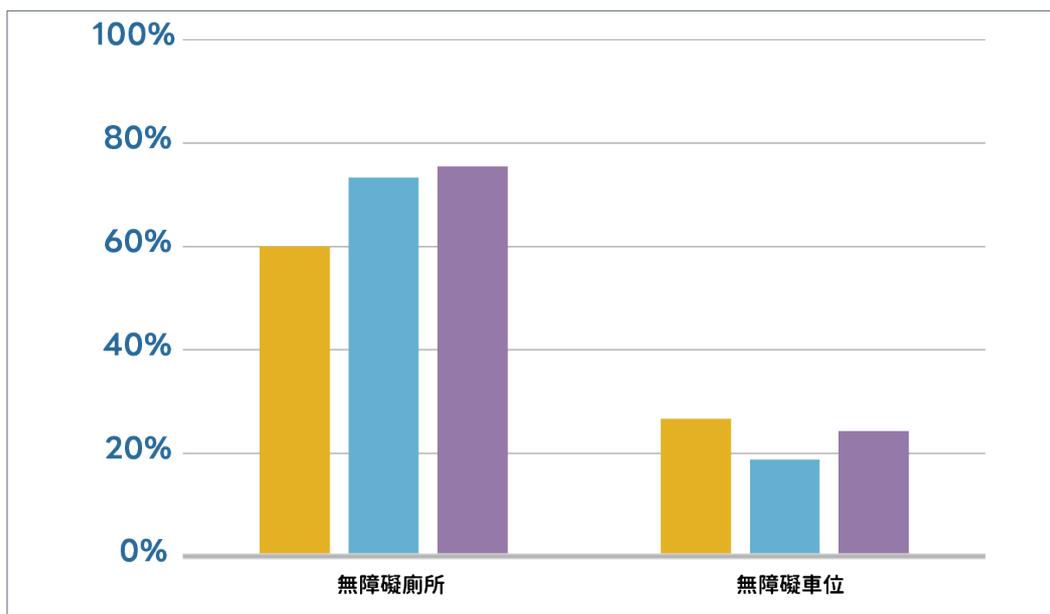
資料來源：問卷調查



離開階段

無障礙廁所達成率 75.5% 與無障礙車位 24.2%

在離開階段，主要著重於無障礙廁所及無障礙車位的提供，2025 年無障礙廁所的達成率為 75.5%，無障礙車位的達成率為 24.2%，兩者皆較去年有所進步，也是環境項目中唯二呈現上升的設施。



年	無障礙廁所	無障礙車位
2023	60.0%	26.7%
2024	73.3%	18.8%
2025	75.5%	24.2%

圖 | 無障礙廁所及無障礙車位落實度 (2023~2025)

資料來源：實地神秘客調查

然而，若與其他設施相比，這兩項的落實度仍偏低。其主要原因可歸結為：據點空間受限及地理環境條件不足，使部分據點難以規劃專用車位或增設無障礙廁所。但必須指出，無障礙廁所對於身心障礙者與年長者而言是迫切且高度依賴的設施。

從受訪者的回饋中，可以看出這項需求的急迫性：

「去哪裡都要先找無障礙廁所，跟銀行反映他們說我們有無障礙廁所在（分行）裡面，在裡面的話他們都會控管，那這個時候我們一定要說沒辦法我們一定要上廁所，然後他們的人員才會引導我們走進去，因為裡面都是沒有開放。」

| 受訪者 G，2023 年訪談

「唯一美中不足的就廁所都不借人家，真的有時候是很臨時……我是說特殊狀況，應該要借人家，真的老人家有這個需要的時候，或者說緊急的時候應該要 OK 啦。」

| 受訪者 F，2024 年訪談

「以我去的經驗，無障礙廁所是有，但通常都被閒置起來，或是就只有一般廁所這樣。」

| 受訪者 D，2025 年訪談

整體而言，無障礙廁所與車位的設置率雖在提升，但在可用性與便利性上仍有明顯落差。對弱勢族群來說，這些設施關乎不只是便利性，而是能否安心完成整段金融服務旅程的基本條件。



彙整小節

環境 | 以使用者需求為核心，環境面須強化可用性

從環境面的調查中，我們可以發現，儘管各據點皆有提供不同的硬體設施，但在實際使用的情況，客戶都會有不同的困擾。

而調查顯示，雖然近三年整體環境落實度有顯著進步，但今年相較 2024 年仍出現部分下滑，尤其在「進入」與「辦理」階段問題最為突出。進入時，行動不便者常因坡道設計不佳或服務鈴故障而無法獨立進入分行，反映出設施設計與維護的落差；在辦理階段，即便金融機構普遍設有無障礙 ATM 與櫃檯，卻常因機台過於老舊、不符規範，或設置後未開放使用，使得顧客的實際體驗受阻；至於離開階段，雖然無障礙廁所與車位的落實度相較去年有所提升，但仍因空間與地理條件限制而普遍不足。綜觀三個階段，顧客體驗不僅取決於設施是否存在，更關鍵在於設計是否符合需求、設備是否能隨時發揮功能，以及人員是否能即時協助。這些因素共同影響了金融友善環境的真正落實，也凸顯金融機構未來在環境改善上應更注重新「實際可用性」與「顧客需求對應性」。



服務 | 態度與溝通

從效率到溫度：互動與溝通才是金融服務的核心

對客戶而言，究竟什麼才是決定服務品質的重要因素？這一直是我們關注的核心問題。在實際互動中，服務不僅體現在態度，更關鍵於人員能否即時回應需求，並以清楚、友善且具包容性的方式協助客戶完成服務流程。在接下來的報告中，我們將聚焦於櫃台服務、雙語溝通與雙語客服真實的服務狀況。

調查結果顯示，受訪者往往對「好」的服務印象深刻，而這些正面的互動更能提升對金融機構的好感度：

如同以下受訪者在訪談中所分享

「我進去馬上就有人過來問說，我是要辦理什麼業務，也都會確認一下我的號碼，時間大概要多久。換到我的時候，他們也會引導我到櫃檯，我覺得服務方面，都還不錯」

| 受訪者 B · 2025 年訪談

從這段訪談中我們可以得知，客戶更喜歡服務人員主動關心與積極互動，並因此留下深刻印象。這樣的發現顛覆了我們以往的認知，在過去我們都認為客戶想要的是效率，但不論在銀行、保險或證券業，溝通與互動才是客戶最在意的因素，也是決定服務體驗的關鍵時刻 (Moment of Truth, MOT)。因此「與客戶溝通」不僅是流程中的一步，更是連結信任與滿意的核心。對年長者、身心障礙者與外籍人士而言，服務人員的態度與敏感度更是提升金融服務體驗的重要因素。雙向溝通強調服務人員與客戶之間的互動與理解，而非單向訊息的傳遞。

服務品質提升關鍵：主動性與溝通技巧為核心因素

根據這次的問卷調查結果，我們發現有 **73.4%** 的受訪者認為金融機構在「櫃檯服務與人員溝通」有所進步，其中 **41.8%** 指出服務人員更主動、貼心的服務是進步的主因，另有 **29.5%** 的受訪者認為溝通技巧的改善是關鍵。這顯示客戶在服務項目中更看重服務人員是否展現主動性與溝通技巧。

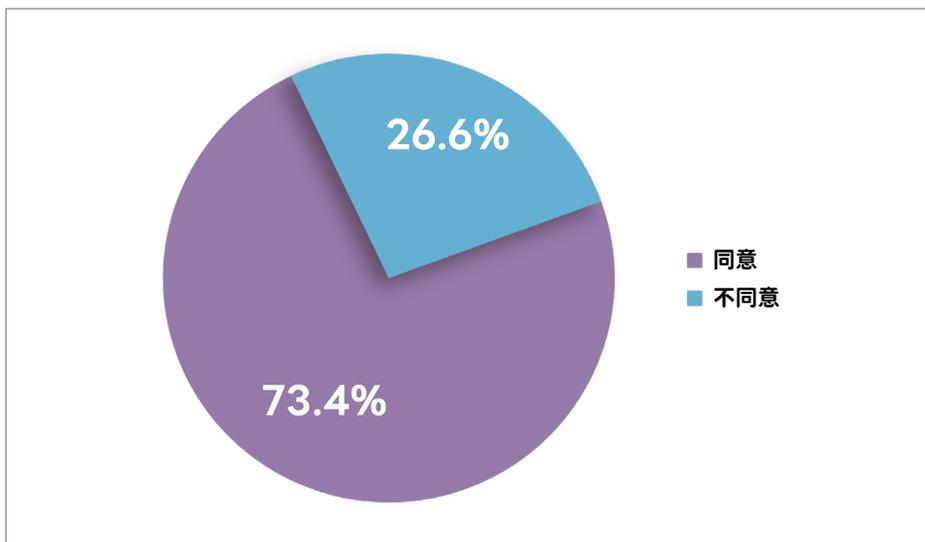


圖 | 您是否同意近三年金融機構在「櫃檯服務與人員溝通」有所進步？資料來源：問卷調查

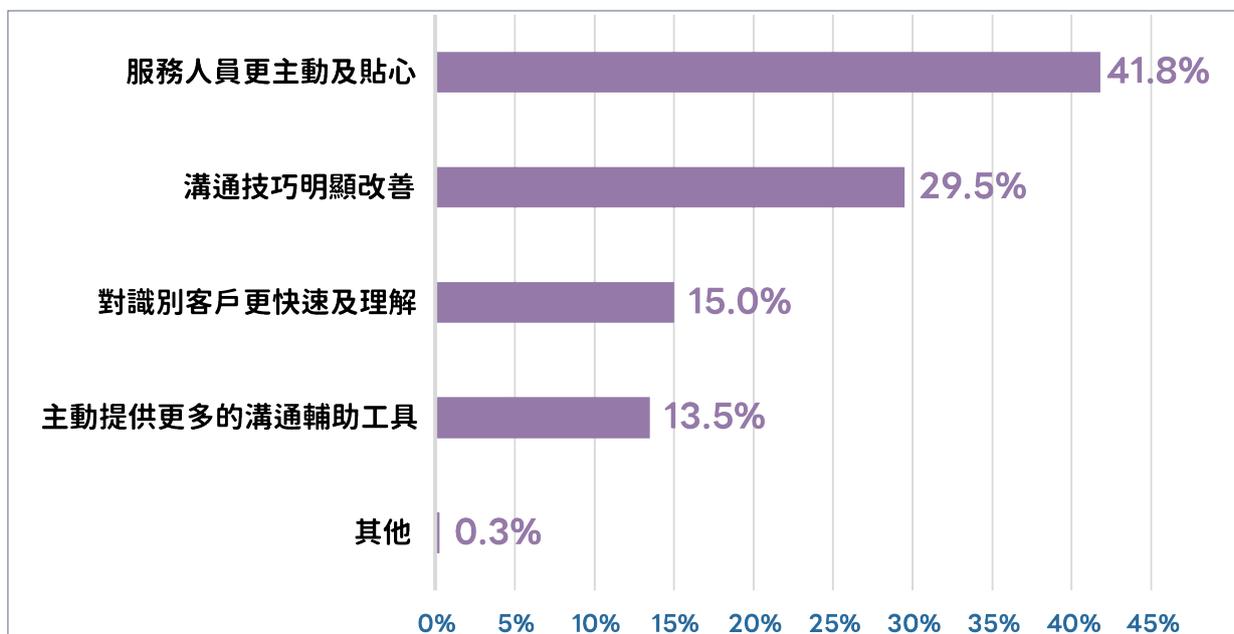


圖 | 櫃檯服務與人員溝通進步原因

神秘訪客調查結果：顧客期待的不只是效率，更是溫度

反觀神秘客調查的結果，目前金融服務流程中，「進入」與「離開」階段往往較為缺乏。大多數情境是由顧客主動提出需求，服務人員僅在回應與完成任務後，便直接回到手邊工作，缺乏後續的關心或確認。此現象反映出多數服務仍停留在「完成作業」的層次，而非真正「主動關懷」。

綜合來看，客戶追求的並非單純的「快」，而是服務過程中的溝通與互動所帶來的服務溫度。

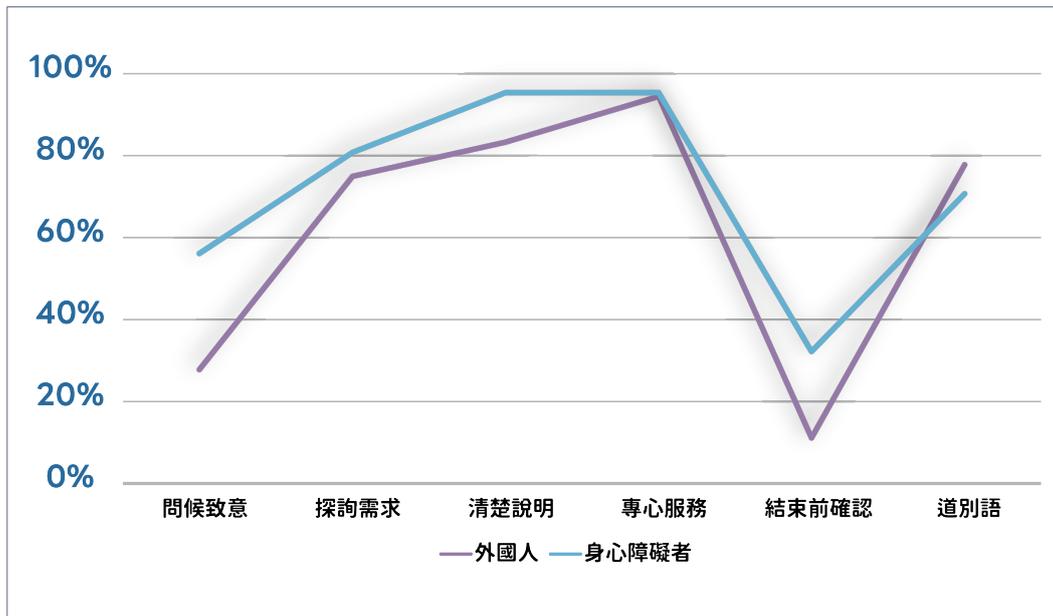


圖 | 金融機構實地神秘客的服務流程落實度

資料來源：實地神秘客調查

身心障礙者實地調查

服務落實觀察：金融機構服務差異與互動分析

在今年的身心障礙神秘客調查中，我們除了觀察到環境落實度出現下滑，也在「服務」面向發現顯著退步。前導人員的服務流程落實度相較 2024 年下降 25.1%；櫃檯服務人員的落實度則下降 5.7%。這樣的結果與問卷調查中多數受訪者認為「櫃檯服務與人員溝通」進步的感受並不一致，顯示實際執行與顧客感知之間存在明顯落差，也是本次身心障礙者神秘客調查的核心焦點。

表 | 前導人員與櫃檯服務人員整體落實度 (2024~2025) 資料來源：實地神秘客調查

	2024	2025	差距
前導人員	68.5%	43.4%	-25.1%
櫃檯服務人員	75.9%	70.2%	-5.7%

進一步分析數據後，我們發現若僅檢視銀行的服務流程落實度，2025 年為 77.0%，相較 2024 年的 75.9%，其實小幅進步了 1.1%。由此可見，今年整體服務流程落實度下滑的主因，並非來自銀行，而是源於新納入調查的人壽、產險與證券業者。

這樣的結果不僅顯示銀行近年來的金融友善服務已經達到一定水準，也突顯出目前金融友善改善的重點其實應放在銀行以外的金融機構。同時，顧客對於「櫃檯服務與人員溝通」的進步感受，並非與實際調查結果矛盾，而是因為大多數客戶日常主要接觸銀行，因此更容易明顯體驗到銀行服務水準的提升。

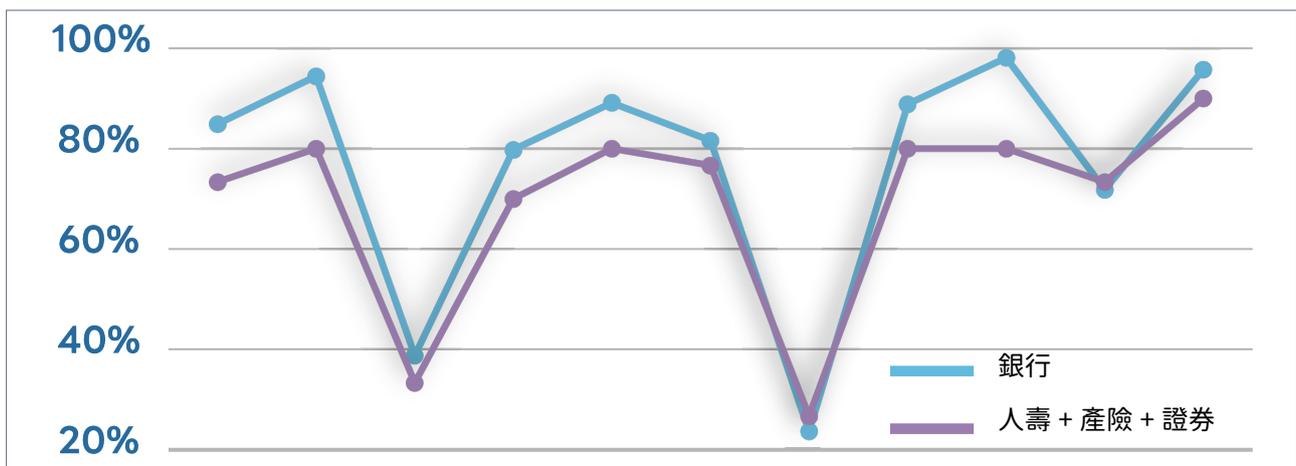
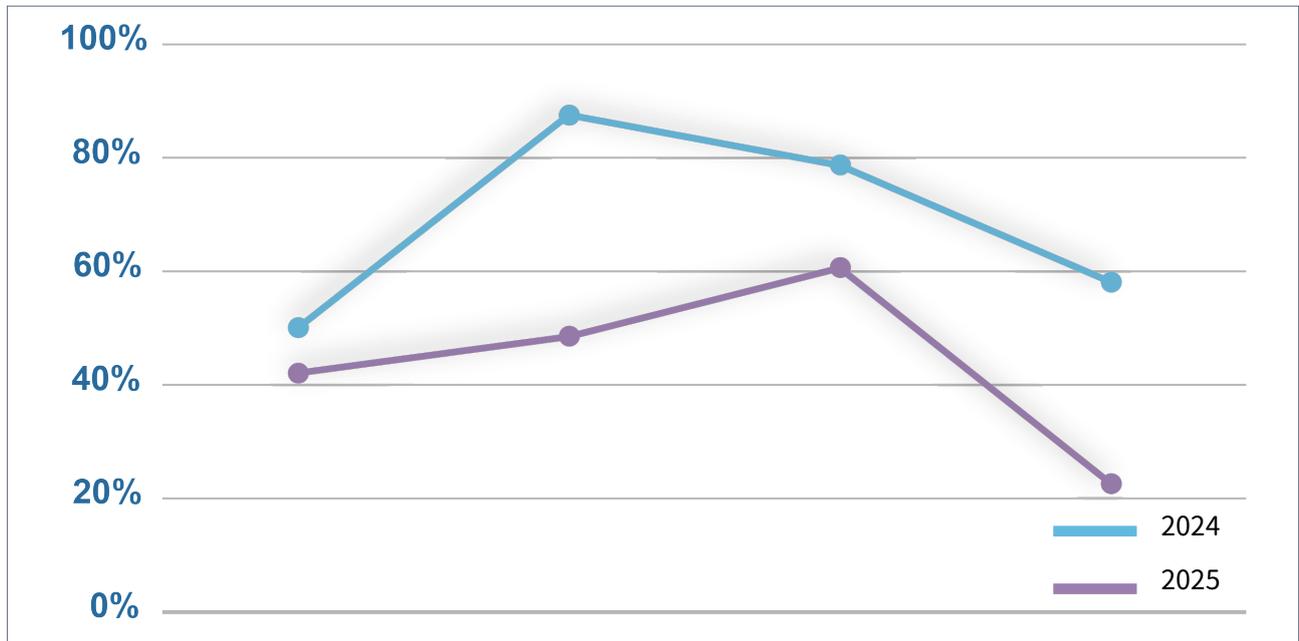


圖 | 銀行與人壽、產險、證券服務落實度比較

資料來源：實地神秘客調查

從前導人員的表現來看，四個測試項目中以致謝道別的落實度最差，僅 22.6%；退步幅度最大的則是探詢需求，較前一年下降 39.0%。進一步分析可發現，許多前導人員在遇到身心障礙顧客時，往往因缺乏經驗與訓練而顯得慌張，甚至連最基本的服務禮儀都未能落實。這種「應變能力不足」的狀況，不僅削弱了服務的完整性，也放大了顧客旅程中的落差感。



服務	問候	探詢需求	引導入內	致謝道別
2024	50.0%	87.5%	78.6%	58.1%
2025	42.0%	48.5%	60.6%	22.6%

圖 | 前導人員落實度 (2024~2025)

資料來源：實地神秘客調查

櫃檯服務人員的整體表現雖不如前導人員明顯退步，但相較 2024 年仍呈現下滑。退步最明顯的為問候，僅 28.2% 的達成率，相較前一年下降 21.4%。若我們將落實度進行分類，可以發現退步明顯的項目大多屬於進場時的互動禮儀，而進步明顯的項目多半在離場時的服務流程。這樣的狀況一再顯示，服務人員在一開始面對特殊族群的客戶時，總是容易因「應變能力不足」而導致服務流程不完整，但隨著服務展開，服務人員往往都能迅速調整好狀態，提供相對完整的服務體驗。

表 | 櫃檯服務人員落實度 (2024~2025)

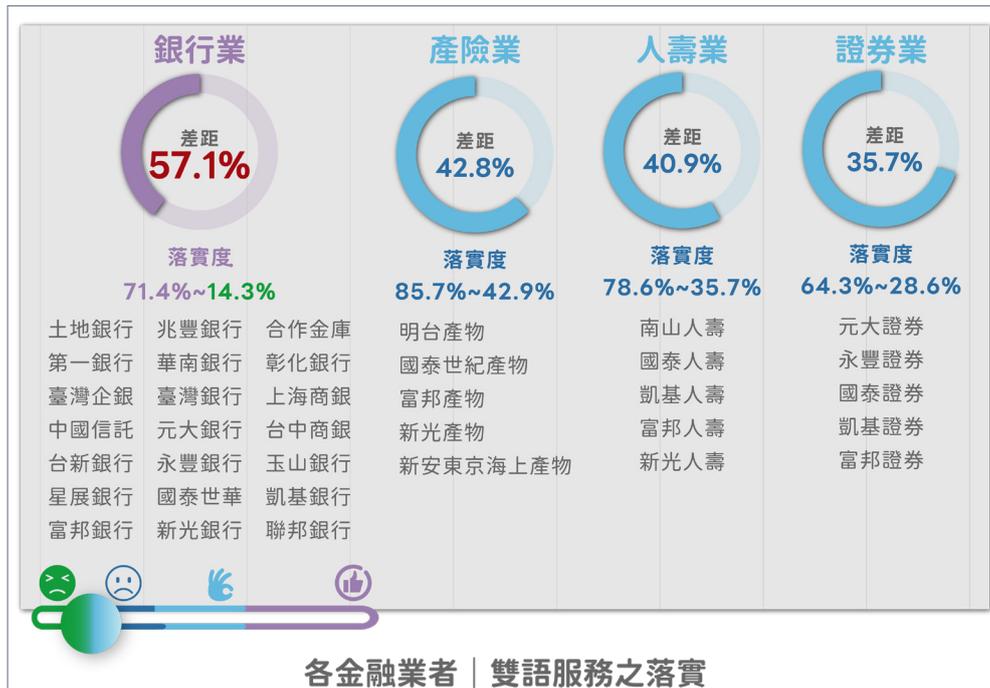
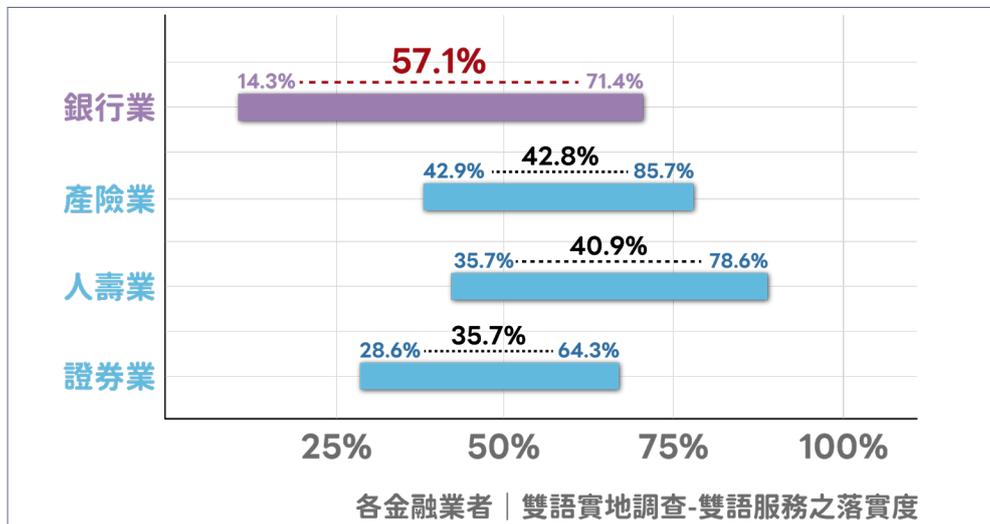
資料來源：實地神秘客調查

服務	起身 (進場)	目視 (進場)	問候	詢問需求	清楚說明	交易確認	結束前確認	起身 (離開)	目視 (離開)	道別語	專心服務
2024	85.4%	93.8%	49.6%	85.9%	93.8%	70.4%	32.8%	79.2%	97.9%	55.4%	90.6%
2025	75.0%	84.8%	28.2%	71.4%	82.6%	77.6%	18.2%	83.0%	86.0%	72.0%	93.1%

| 雙語實地調查

雙語服務落實不足：語言隔閡下的金融服務困境

外國人在臺灣辦理金融業務時，普遍仍面臨諸多障礙。最大問題來自於**語言隔閡**：許多金融服務人員缺乏足夠的英語能力，常出現「聽不懂英文」或「無法以英語回覆」的情況，進而導致外國客戶被疑似拒絕服務，甚至發生服務人員以中文抱怨的不當行為，形成潛在的風險。各據點是否配置雙語專員，成為影響雙語友善服務落實度的關鍵因素。若現場人員無法以英語溝通，或未能提供英文版本的金融資訊，外國客戶便無法獲得完整的金融服務體驗。根據調查結果，**銀行業的雙語實地調查平均落實度僅 54.1%**，其中 6 家銀行低於平均值，顯示銀行雙語服務仍存在明顯不足。更值得注意的是，**銀行雙語服務的落實度上下限差距達 57.1%**，反映外國人在不同銀行之間，可能會對服務品質的感受有極大的落差。



「進入」階段就卡關：雙語應對能力仍需要加強

在本次調查中，雙語問候的整體落實度僅 27.8%，以雙語探詢需求的整體落實度則為 75.0%，顯示多數金融機構在「進入」階段落實度就偏低。未落實的情況主要有兩種：第一，仍以中文搭配少量英文進行問候，例如「呢... 你好，Can I help you?」；第二，直接省略問候，僅詢問需求。這些情況反映出服務人員在應對外國客戶上仍有不足，尤以銀行業（23.8%）及證券業（0.0%）的表現最為明顯，連基本的英語問候都成為挑戰。

此外，本次調查也觀察到證券業在雙語服務的整體落實度偏低，服務人員雖理解客戶問題，卻以質疑語氣回應，如「外國人為什麼要來這裡？」；或是服務人員因英語能力不足而無法理解與回覆，只能讓客戶等待，最後可能以「Sorry」結束服務。此現象反映出證券業平日接觸外語客戶較少，同時也揭示其在雙語服務上仍有明顯可進步的空間。

表 | 雙語服務之「進入」階段落實度

資料來源：實地神秘客調查

雙語服務 進入	銀行業	人壽業	產險業	證券業
問候	23.8%	40.0%	60.0%	0.0%
探詢需求	76.2%	60.0%	100.0%	60.0%

值得注意的是探詢需求落實度相比問候高上許多，顯示大多數服務人員仍會想辦法了解客戶需求。

本次的神秘客訪查中，有三種較常見的溝通方法：

第一，使用翻譯工具，例如透過 Google 翻譯或請客戶以文字輸入再進行翻譯

第二，尋求協助，包括尋找分行內的雙語專員、同仁或甚至現場其他客戶協助翻譯

第三，嘗試以有限的英文單字或簡單句子回應，即便不流暢，人員仍努力進行基本溝通。

不過，以第三種方式回應時，往往隱含服務風險，例如，因語言不精準而出現失禮用語，或憑猜測回覆導致「盲猜失敗」，皆可能造成客戶的負面體驗。

進入階段中的「高風險回應」：服務體驗在一開始就出現斷點

表 | 應對外國人之高風險回應

資料來源：實地神秘客調查

雙語服務	高風險回應	實況說明	比例
情況一	明顯緊張，語速不太流暢，欠缺禮貌用語，能表達基本意思	服：What do you want? 客：I want to get credit card... 服：呃 ...ok....this is credit card..(指著文宣)	17.2%
情況二	中英混用對話，勉強能理解	客：I have question about getting a credit card. 服：Card? 稍等一下	13.8%
情況三	只能使用少量英文單字應對，無法解釋等持、排隊、抽號碼牌等服務，無法理解	服：「follow me」、「come」、「set down」、「wait」	37.9%
情況四	未能用英語回覆，由保全出手幫忙翻譯，參與部分說明，能理解	服：你要辨什麼？ 客：I would wanna ask something about credit card 服：誒～我不會說英文誒(看著保全) 保全：May I help you?	6.9%
情況五	未能理解顧客詢問	客：Are you able to speak english? 服：Taiwan dollor?	24.1%

情況一與情況三屬於不禮貌的應對方式，而情況五則是以「盲猜」方式理解客戶需求。這三種情況都無法帶給客戶良好的服務體驗。

本次調查中也確實出現「盲猜失敗」的案例，例如在銀行業，有服務人員將「Credit card (信用卡)」誤解為「Bank card (銀行卡)」，因此直接向客戶說明開戶流程，讓客戶產生極大困惑。

這反映出外國人往往在「進入」階段，尚未正式展開金融服務流程前，就已在最基本的溝通環節遭遇阻礙，導致服務體驗在一開始便出現斷點。

當服務變成排斥：外國人金融體驗的高風險情境

遇到上述高風險行為時，多數外國客戶或許能體諒是語言能力上的不足，但若服務人員處理方式不當，仍可能直接引發反感與不信任。在本次調查中，觀察到部分機構的行員在卡關時，不經意說出帶有排斥意味的語句，例如「到底誰叫他來的啊」、「怎麼會來我們這呢」，甚至有行員聽到英語後脫口而出「靠 X 喔」。這類行為往往建立在「外國人聽不懂中文」的假設上，但若客戶恰好理解，極可能引發客訴，對金融機構的形象造成傷害。

若將不同的高風險回應所造成的客戶感受進行分類，可大致分為兩類：

第一類是「打發客戶」

例如直接遞上中文文宣，請客戶自行參考；或全程以中文快速帶過，不顧客戶是否理解；甚至不斷反問個人資訊（如公司地址、住址、國籍或查看證件），卻未真正回應客戶需求，讓客戶感覺被忽視。

第二類是「拒絕服務」

常見情況包括要求客戶自行打電話給客服，或僅以「本分行無法處理」回絕，卻未提供進一步說明。部分外國客戶因此質疑：「為什麼其他分行可以辦，這家卻不行？是銀行本身的限制，還是單純不願受理？」這種模糊與不積極的態度，往往讓客戶感到自己「不受歡迎」，甚至懷疑是否遭遇差別對待。

表 | 高風險回應下的客戶感受

資料來源：實地神秘客調查

雙語服務	高風險回應	實況說明	比例
情況一	給中文版文宣，請客戶參考	打發客戶	55.9%
情況二	全程用中文說明	打發客戶	8.8%
情況三	反問與需求無關的問題	打發客戶	8.8%
情況四	請客戶打電話尋找客服	拒絕服務	11.8%
情況五	表示現場無法辦理	拒絕服務	14.7%

從進入到離開：服務流程中的一致性缺口

外籍客戶除了在「進入」階段就遇到卡關的狀況，在「辦理」與「離開」階段也遇到相同的問題。雙語服務流程中落實度最低的項目出現在**結束前確認**，**平均落實度僅 5.0%**。反映出目前各大金融機構在應對外國客戶時，往往不是依循標準化的服務流程，而是憑經驗各施其法，導致服務品質不一致。實際上，不少情況下，服務人員在服務結束時僅是沉默以對，靜待客戶自行離開，缺乏「離開」階段的服務。

調查亦指出，多數金融機構**未能提供雙語文宣**，可能是金融機構本身沒有提供雙語資料；或金融機構有提供，但前線人員並不知曉。在本次的調查中，**僅 14.3% 的銀行有提供客戶雙語文宣**，人壽業、產險業與證券業皆未觀察到提供的情形。此外，銀行業普遍未見雙語表單；**雙語後續聯繫資料**（如雙語名片或書寫英文聯絡方式）**僅有 9.5% 的銀行及 40.0% 的產險有落實**。調查過程中我們還發現，部分服務人員對於外國人能否辦理保險或開設證券戶的相關規範並不清楚，無法做出有效回覆。

表 | 各金融業雙語落實度

資料來源：實地神秘客調查

雙語服務	銀行業	人壽業	產險業	證券業
結束前確認	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
雙語文宣	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
雙語表單	0.0%	80.0%	40.0%	20.0%
雙語後續聯繫資訊	9.5%	0.0%	40.0%	0.0%

綜上所述，目前金融業在應對外國客戶的服務流程上仍存在顯著進步空間。各產業似乎**缺乏一致性的服務指引**，導致多數人員只能依靠個人經驗去應對，進而忽略應有的服務程序與細節。如果金融機構能提供明確的標準化服務流程與工具，讓服務人員能像對待一般客戶般流暢地服務外語客戶，相信將能大幅改善外語客戶的體驗，並展現更具包容性與專業度的金融服務。

| 雙語客服中心調查

雙語客服品質檢視：服務分級與業別落差

本次除了針對金融機構進行外國人神秘客調查之外，我們也同步測試了各家金融機構客服中心在應對外語客戶時的表現。結果顯示，多數客服人員在識別客戶為外國人後，會直接轉接至外語服務單位。然而，客服往往未事先告知就進行轉接，且因未能確認客戶需求，常導致多次轉接，使客戶不得不重複說明問題並承受長時間等待。更有部分客服人員堅持僅以中文回覆，表示「我們這邊沒人會英文」，或是直接掛斷電話，讓外籍客戶在解決問題時面臨更大困難。

以銀行業為例，本次調查涵蓋 36 家銀行，其客服中心外語服務落實度最高可達 93.8%，最低僅 14.3%，上下限差距達 79.5%。

根據服務品質與表現差異，我們將銀行客服中心大致區分為四個層級：

專業流暢

01

6 家

能力優秀，態度良好

不僅能提供完整的服務流程，還會關注服務細節，例如結束前主動確認客戶是否還有其他問題。客服人員口音自然，語氣上揚，對答如流，展現專業的外語服務能力，讓客戶回饋「與這家客服溝通很舒服，有溫度」。

基本應答

02

16 家

能力普通，態度良好

服務相對被動，主要以「一問一答」方式進行。部分客服雖能傳達重點資訊，但對專業術語的解釋不足，例如要求客戶提供「ARC (居留證)」卻無法進一步說明細節。整體上客戶仍能理解內容，但能明顯聽出語速卡頓與台灣口音。

專業不足

03

10 家

能力不足，態度良好

英語能力不足，常出現語塞或混用中文的情況。雖能部分理解客戶問題，卻無法流暢回覆，語速嚴重卡頓。客服人員多仰賴轉接，但往往未能告知轉接人員客戶的問題，導致客戶需多次重複說明。讓客戶普遍感受到客服對業務不熟悉。

失能斷線

04

4 家

能力不足，態度不佳

態度明顯消極，部分人員完全聽不懂英文，僅用中文回覆「不懂」，或長時間將客戶置於保留狀態。也有客服多次轉接卻無人能處理，最後僅請客戶自行前往分行，導致服務體驗極差。

銀行業 | 銀行雙語客服中心落實度調查結果

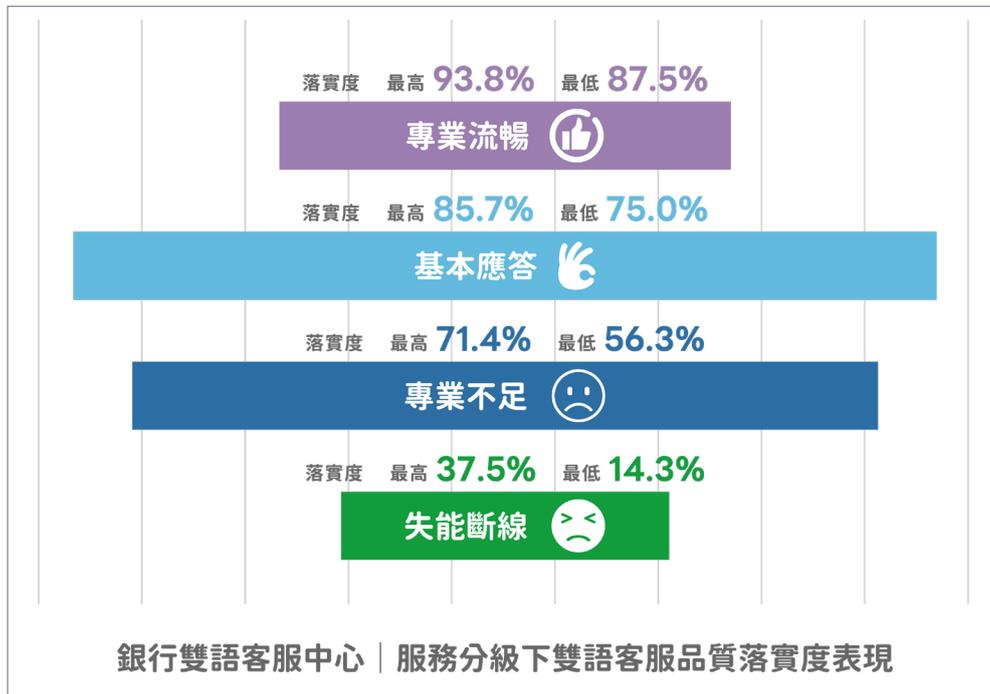


圖 | 銀行業雙語客服中心落實度

資料來源：客服中心調查

人壽業、產險業、證券業 | 雙語客服中心落實度調查結果

從人壽業、產險業與證券業的調查結果來看，三大業別在雙語服務的覆蓋範圍與執行品質上，普遍仍未能滿足實際需求。數據顯示，人壽業落實度最高為 68.8%，最低僅 14.3%，上下限差距為 54.5%；產險業最高為 75.0%，最低 35.7%，差距 39.3%；證券業最高同樣為 75.0%，但最低僅 6.3%，差距高達 68.7%。這些數據反映出，不論是哪一業別，都存在類似的服務缺口，例如缺乏完整的雙語服務、多次轉接仍無法解決問題、等待時間過長，甚至直接掛斷電話或僅以「改天再打來 / 改寄電郵」作為回應。整體而言，雙語客服中心在服務覆蓋與品質上仍有顯著提升空間。

表 | 各金融業雙語客服中心落實度的落後原因

資料來源：實地神秘客調查

雙語客服	改天再打來 改寄電郵	無雙語服務	多次轉接後 仍無法解決	長時間等待	掛電話
人壽業	2 家	1 家	1 家	2 家	1 家
產物業	3 家	2 家	1 家	1 家	無
證券業	3 家	6 家	3 家	1 家	6 家

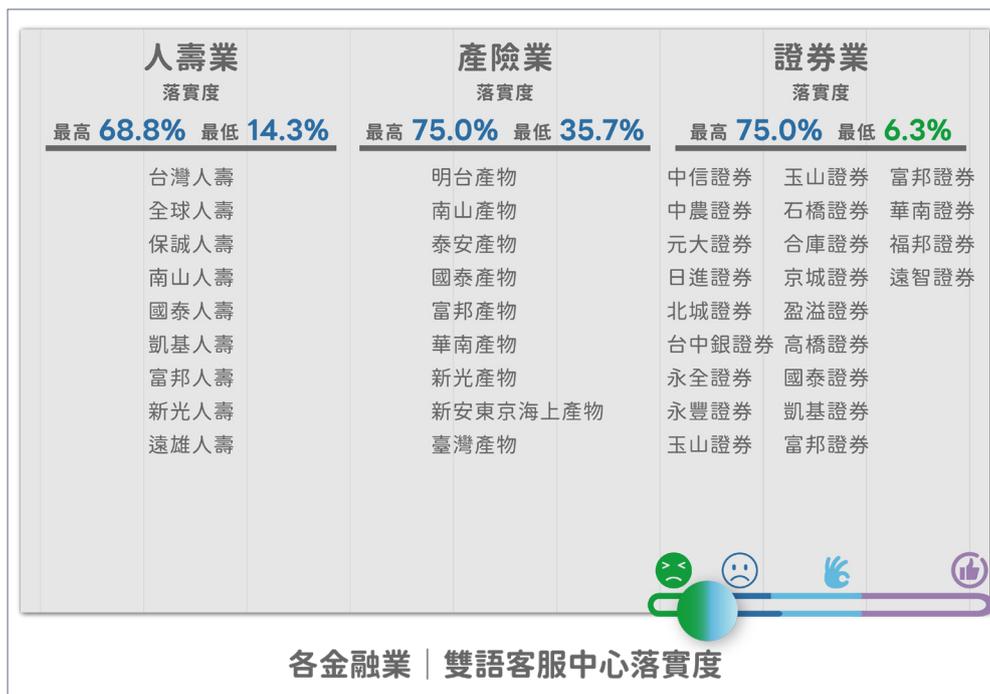


圖 | 各金融業雙語客服中心落實度

資料來源：客服中心調查



制度 | 防詐政策與雙語服務落差

外國人金融服務：現場依賴與防詐互動

現行金融制度對外國人辦理金融業務仍存在一定限制。例如，多數金融業務仍要求外國人親自到場辦理；雖然各金融機構已提供雙語服務，但實際到現場時，仍不一定能即時獲得服務。制度規範與現場執行之間的落差，可能直接影響外國客戶對雙語服務的滿意度。

調查顯示，超過三成的外國人未使用數位金融服務，主要原因包括對交易安全的擔憂以及習慣與真人互動。涉及的數位金融服務包括網路銀行 / 行動銀行、行動支付（如 LINE Pay、街口支付）、手機或電腦操作的證券交易（如期貨、選擇權、基金）、網路投保及線上申辦保險服務等。由於現行制度多半仍要求外國人親自到場辦理金融業務，但根據調查外國人普遍偏好真人服務，且對金融服務的線上交易存有安全疑慮，因此，外籍人士普遍還是傾向前往現場辦理業務。

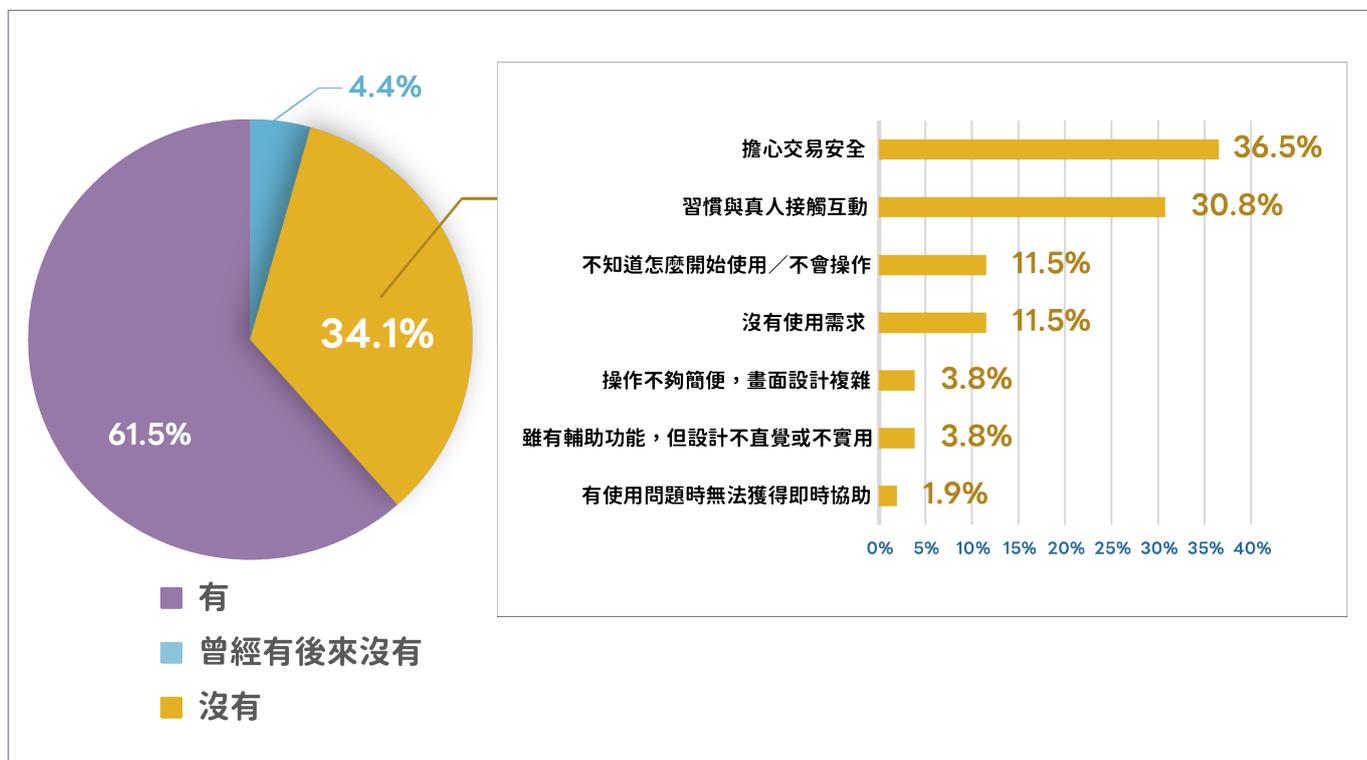


圖 | 外籍人士數位金融服務使用狀況

資料來源：問卷調查

防詐政策與雙語支援失衡，影響外籍客戶金融服務體驗

儘管外籍人士平日較習慣前往櫃檯辦理業務，但對於他們來說，前往現場卻是困擾的開始。根據警政署統計，2024 年全臺詐欺受害人數高達 132,445 人，顯示詐騙問題仍相當嚴峻。各金融機構持續強化防詐措施，並提升前線人員的警覺性。在神秘客調查中，我們觀察到部分金融機構在應對外國客戶時尤為謹慎，例如在回覆問題前，客服人員會先詢問客戶來歷、居住地址或公司地址等。部分客戶反映「一直被問背景，卻沒有得到問題的答案，感覺自己像被當作詐騙對象」，顯示現行防詐流程在溝通方式上仍有改進空間。這也反映出防詐政策的影響，使前線人員在面對外國客戶時可能過度謹慎，進而影響客戶的初步印象與服務體驗。

除了對於防詐機制感到困擾外，更讓外籍人士感到不便的是，雖然多數分行在門口或官網明確標示「提供外語 / 雙語服務」，但實際到店時，仍常出現**人員不在位（排班或臨時請假）而無法即時提供服務的情況**。當現場缺少可應對的雙語人員時，其他同仁因英語能力有限，往往需依賴手機翻譯與客戶溝通，導致服務中斷、文件說明不清或需多次重複解釋。

雙語客服中心亦存在類似問題：部分人員英語表達不流暢，對專有名詞理解不足，導致客戶需反覆敘述問題或等待查證，呈現「能理解大致內容，但難以流暢回應」的情況。此外，也曾出現雙語服務被告知需等待長達 4 小時的案例，顯示在雙語人員能力驗證與人力安排上仍存在漏洞。整體而言，雙語服務的實際體驗仍不穩定，需進一步改善。

表 | 客戶回饋遇到雙語溝通良好的專員比例 資料來源：實地神秘客調查、客服中心調查

雙語服務	銀行業	人壽業	產險業	證券業
現場	86.7%	40.0%	20.0%	60.0%
電話	50.0%	11.1%	11.0%	5.0%

以人為本 先看見需求再設計解法



從受訪者的使用經驗來看，他們在乎的不只是「有沒有服務」，而是「能不能把事情辦成」。對身心障礙者而言，接觸金融機構的第一步多半是自行上網蒐集資訊，如透過 Google、討論區與官網確認是否具備無障礙坡道、無障礙櫃檯、無障礙廁所、無障礙車位等。雖然多數機構在環境面逐年進步，實際到店仍常因不確定的因素而受阻：例如無障礙裝潢維護、人流情況、身心障礙者停車位是否有位子、或騎樓通道被臨時停車阻擋等，導致進入困難。

外籍人士的痛點亦相似。他們需要的不僅是「這家分行標榜雙語」，而是能確認「此刻是否有可即時協助的雙語人員，並能一次完成所有手續」。若現場人力調度不穩定，抵達後才被告知「今日無雙語服務人員」，將導致溝通困難與服務延宕。上述情境的共通點在於：客戶期待的是「可預期」的服務。除了硬體設施「到位」，更要讓資訊「到手」與流程「到點」，有受訪者提出「希望可以在官網無障礙設施的使用狀態」、「提供雙語人員即時值班資訊」、「開放線上預約」等。總括而言，「可預約、可查詢」將會是未來服務設計的方向。

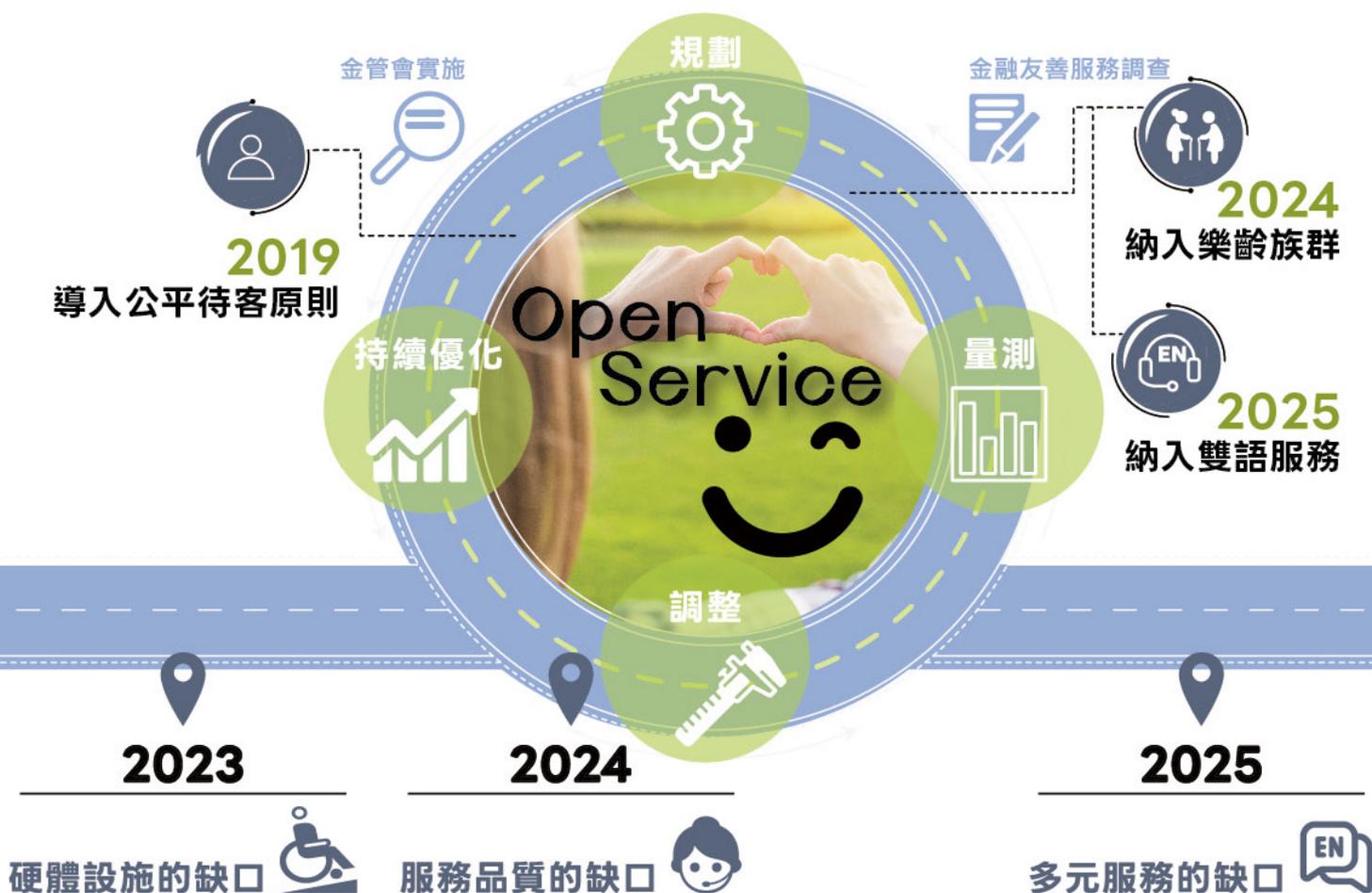
外國人未被真正納入「金融友善」服務對象

綜觀三年調查結果，外國人在辦理業務時多為「臨時應對」，而非有計畫的服務模式。雖然分行門口與官網普遍標示「雙語服務」，但實際上，常出現人力不足、未有準備、被動式服務，與身心障礙者及年長者的服務模式有明顯的落差。各業別的落實度不僅平均偏低，且上下限差距極大，導致呈現給外國人的服務品質高度不穩定；加上對外國人防詐的指引未明確，現場常出現先質問、反覆轉接、甚至拒絕服務的風險行為。整體而言，金融機構對外國客戶的應對尚未準備充足，外國人尚未被納入「金融友善」服務對象。



CONCLUSION 結論與建議

啟動善的循環，建構金融友善生態



什麼是金融友善？

經歷了三年的調查後，我們必須回到一個最基本的問題，什麼是金融友善？

在 2024 年，我們將高齡族群納入調查；到 2025 年，進一步加入外語使用者。每當新增族群，我們都會發現新的問題。然而，金融友善的對象並非僅限於所謂的「弱勢族群」。高齡族群或外語使用者，表面上看似無障礙，他們真的需要特別的服務嗎？

自 2019 年起，金融業導入「公平待客原則」評核制度，確保金融服務業在商品與服務的提供過程中，能秉持公平合理、平等互惠與誠信原則對待消費者，使不同族群皆能平等享有金融服務；但是從 2025 年的調查中可以發現，仍然存在著「誰需要服務」這樣的問題。這也解釋了為什麼在雙語調查中，結果未能達到預期的理想。可以想見，除了英語使用者外，未來像越南、泰國、印尼等在台的非主流語言使用者，亦可能面臨相同的問題。

努力的單向溝通

三年的調查結果 | 2023/2024/2025 缺口

從三年的調查結果來看，我們觀察到不同的缺口：2023 年是硬體設施的問題，2024 年是服務質量的問題，2025 年則是針對族群多樣化的服務需求。這表明，在金管會的推動及各金融單位的努力下，金融友善環境的確有所進步。因此，每年調查中所揭示的問題基本上都是新的與未曾出現過的。

雖然努力是可見的，但是同時我們仍然可以發現，無法辦成業務的英語使用者，無法進入分行的身心障礙者，這些狀況都仍持續發生。雖然我們已經知道，不論是雙語使用者或高齡族群，乃至於身心障礙者，皆會透過網路去尋找適合他或風評較佳的金融單位，例如我們前面提到的雙語分行，以及無障礙設施較為完善的據點。

在此，我們看到兩個現象，一是金融機構努力的提升服務，包含人員的訓練，友善的環境，以及服務流程等等，希望這些能夠滿足到據點的使用者；二則是客戶自己也會去找尋可以滿足需求的據點。

第一步 | 讓準備成為基本服務

從『簡單的預約設計』開啟雙向溝通管道

事實上，問題從來不在於金融機構的準備不足。金融友善的對象來自不同群體，擁有不同需求。無論我們如何分類，總會有新興族群與需求浮現。我們已經看到了身心障礙者、高齡族群、英語使用者等不同的消費者類型，未來還會有更多類似的需求出現。即使付出再多努力，也無法一次性滿足所有消費者的需求。

若我們轉變思路，讓服務對象提前告知我們他們的需求，是否可以提前做好準備呢？比如聽語障者可提前預約手語服務，其他消費者亦應有機會表達需求。從每年的調查中可以看出，消費者並不排斥所謂的「特權服務」，因為最終的目的是為了順利辦理業務。

因此，我們可以做的第一步，就是**開啟雙向溝通管道**，讓需要特殊服務的消費者能夠提前告知我們他們的需求。我們最不希望發生的情況是消費者來到時，卻因為我們無法提供服務而無法完成業務。因此，無論是哪一家金融機構，都應該建立一個可以讓消費者提前表達需求的機制。**簡單的預約設計**，可以讓預約的消費者告訴我們他們的特殊需求。這樣不僅有助於減少突發的特殊服務需求，還能降低非預期事件的發生。對金融機構來說，這不僅是預先準備的利好，還能提高客戶辦理業務的效率，進一步提升服務品質。

第二步 | 工具與訓練的規劃

『前置訓練與應對流程』是金融機構應對未知情境的關鍵

第二步，從神秘客的查核結果來看，金融機構的員工在面對未知需求的客戶時，仍有許多無法應對的情境。因此，面對這些情境的前置訓練仍然十分必要。這些訓練應包括基本的應對語句、文宣的使用方式，以及金融機構內部硬體設施的操作指導。即便即時口譯技術仍有進步空間，未來可以仍應將其視為一個規劃方向。如同處理問題或客訴，面對未知情境，我們仍需為這些未來的挑戰制定出有效的應對流程，這應該是我們的第二步。

每一步 | 相信與持續落實

透過『善的循環』，金融友善可實現長期規劃與永續發展

最後一步，其實也是第一步。金融友善未來的發展，從經營角度來看，長期投資是必須的。從外部監管的角度轉向內部營利方向的規劃，是首要步驟。接下來，應該啟動一個「善的循環」——規劃、量測、調整、持續優化。此外，良性的雙向溝通在這個循環中同樣至關重要。這不僅是為當前的身心障礙者、年長者或外籍人士提供服務，更是為未來的營利及整體社會的發展奠定堅實的基礎。



致謝

以人為本 服務升級

2025 年的金融友善調查，不論在規模還是複雜度上，都遠超過往年，也因此我們投入了更多的時間與心力。在這段長達一年的旅程中，我們收到了來自身心障礙者、年長者、外籍人士及金融業者的寶貴建議與回饋。透過訪談、問卷與神秘客調查，我們累積了無數珍貴的意見與真實故事，這些第一線的聲音幫助我們更清楚地掌握無障礙設施、雙語服務等面向的現況。

在這段充滿挑戰的旅程中，我們衷心感謝所有支持我們的協會、機構與合作夥伴：承諾企業管理顧問有限公司、臺灣基督長老教會馬偕醫療財團法人馬偕紀念醫院、中華民國聾人協會、財團法人桃園私立脊髓損傷潛能發展中心，還有所有幫助我們完成這項調查的團體和單位。您的支持和陪伴，讓這份研究得以順利推進，並最終圓滿完成。

更要特別感謝每一位參與調查的受訪者。正是你們毫不保留的分享，讓我們看見那些被忽略的需求，也讓我們更加堅定推動改變的信念。您的聲音，不僅是寶貴的資料，更是支持我們持續前行的力量。這三年來，感謝一路有您們同行。我們深知，前方仍有許多挑戰等著我們，但我們也堅信，只要大家繼續努力，攜手合作，金融環境終將能變得更加平等、更加包容。

再次向所有參與與支持本次調查的夥伴，致上最誠摯的謝意——您的每一份付出，都是這份報告得以完成的關鍵，也是未來改善行動最堅實的後盾。

承諾企業管理顧問有限公司調查團隊
洪軒苑、孔佩笙、麥順華、李詠涵、范芃瑄



承諾企業管理顧問有限公司

承諾企管始終秉持「承諾、雙贏、創新、團隊、學習」的核心價值觀，致力於協助企業在瞬息萬變的市場環境中實現永續發展。我們的服務核心，在於幫助客戶展現品牌價值，並奠定企業長久經營的基礎。承諾不僅協助企業達成各項重要目標，更重視在過程中發掘與鞏固關鍵價值，確保企業能穩健前行、持續成長。在此信念之下，我們專注於打造具遠見的管理策略與體系，幫助企業在不斷變化的商業環境中保持競爭優勢。

秉持「服務升級，無礙同行，打造零障礙的金融友善體驗」的精神，承諾企管投入時間、人力與研究資源，進行調查研究。我們透過訪談、問卷及神秘客實地調查，深入了解服務現況與使用者的需求落差，並將成果撰寫成研究報告，提供金融業界參考。透過積極倡議與推動，我們期望促使金融服務更加友善、更加進步。藉由這項研究與推動，我們希望不僅為金融業帶來改變，更能將正向能量傳遞至整個社會，落實企業社會責任，讓「友善」成為金融服務的新標準。



關於 承諾企業管理顧問有限公司

本報告由台灣服務產業交流協會委託承諾企業管理顧問有限公司製作
若您對報告有任何問題，歡迎來電洽詢！

承諾企業管理顧問有限公司

E-Mail : service@promise-cmc.com

台北辦公室

電話：02-25215850

地址：台北市松山區復興北路 191 號 8 樓

高雄辦公室

電話：07-3590096

地址：高雄市新興區民生一路 56 號 6 樓之 7





台灣基督長老教會馬偕醫療財團法人馬偕紀念醫院

馬偕紀念醫院源自加拿大宣教士馬偕博士於 1880 年在淡水創立的「偕醫館」，並於 1912 年遷至台北中山北路現址正式啟用，承襲基督關懷精神與專業醫療使命，至今已逾一世紀深耕臺灣社會。機構隸屬臺灣基督長老教會，為非營利之教學型醫療體系，目前於台北、淡水、新竹與台東設有院區，形成北臺灣與東部的綿密服務網絡。

除了臨床照護，馬偕長期投入醫學教育與人才培育，為馬偕醫學大學之主要教學醫院，並以「信仰 × 人文 × 科技」為核心，推動多元臨床與社區實作。歷史上更以創新聞名：1956 年成立社會服務部、展開山地巡迴醫療，1967 年設置臺灣第一間加護病房，為偏鄉、弱勢與重症照護奠定制度性基礎。



關於 台灣基督長老教會馬偕醫療財團法人馬偕紀念醫院

在高齡友善與無障礙服務方面，馬偕體系結合社工、醫療與公共衛生量能，持續推展跨域合作與遠距 / 社區醫療模式，並以多院區整合提升弱勢族群的可近性與連續性照護。其國際醫療服務亦涵蓋外語門診與跨文化溝通支援，回應多語族群之醫療需求。

馬偕紀念醫院以百年人本關懷的實務經驗，協力提供醫療無障礙、高齡友善與跨語溝通等面向的專業觀點，並支持研究設計、指標校準與案例分享，期能促進金融服務在「服務、環境、制度」三端的可近性與公平性，共同推動更具包容力的民眾體驗。

中華民國聾人協會

中華民國聾人協會是臺灣專門為聾人和聽障人士服務的非營利組織，成立於 1979 年，旨在促進聾人權益，提升聾人的生活品質與社會參與，並推動無障礙的溝通環境與社會支持。協會主要的任務是推動聾人及聽障人士的福祉，增進聽障社群的社會參與，並且倡議保障其在教育、就業、健康等領域的權益。協會同時也是臺灣與國際聾人組織的橋樑，積極參與國際聾人交流與會議，促進臺灣聾人與全球聾人社群的聯繫與交流。



關於 中華民國聾人協會

服務宗旨

促進聾人權益

倡導聾人及聽障人士的平等權利，推動政策改善，確保他們在教育、就業、醫療及社會資源等方面能享有公平的待遇。

提供服務與支援

協助政府積極推展聾人各項相關事務，含教育、社會福利、學術研究、交通、衛生保健、消防救災、警政治安等。

推廣手語教育

協會積極推動手語的普及，促進聾人與聽人之間的溝通無障礙，並推廣手語作為正式的語言。

社會融合與文化保護

協會努力保護聾人文化，並促進社會對聾人群體的認識與尊重，推動多元文化融合。

國際交流與合作

積極參與國際聾人組織的活動，與其他國家的聾人協會合作，推動全球聾人權益。

中華民國聾人協會透過這些服務與宗旨，致力於打造更具包容性的社會，讓聾人與聽障人士能夠自由地參與各項社會活動，並享有平等的生活機會。



台灣基督長老教會馬偕醫療財團法人馬偕紀念醫院

根據統計，每年有上千位因車禍、職災、運動傷害或病變等因素導致脊髓損傷，目前全台約有 2 萬多名脊髓損傷者；而多數傷友必須終身倚靠輪椅，對他們的身心、家庭、經濟上皆是一項重大的負擔。

位於桃園楊梅的脊髓損傷潛能發展中心，成立即將邁入 30 年，服務傷友超過三千人次，是全台唯一無償提供脊損者重建訓練的機構，舉凡用餐、著裝、如廁等生活自理的項目，至汽機車駕駛、電腦應用、職業訓練、就業媒合等回歸社會的技能，皆是中心服務的範疇。受訓完成後，有近 8 成的傷友可以撤除看護，達到生活自理；其中超過 6 成的傷友接續參與職訓技能課程，透過就業媒合服務順利回歸職場。



關於 財團法人桃園市私立
脊髓損傷潛能發展中心

中心亦積極參與社會活動，經由與其他組織的交流，強化脊髓損傷者的社會能見度，希冀喚起對無障礙環境的重視，以及對身心障礙者的權益保障。協助脊髓損傷者自立自強，找回自我價值，是中心成立的核心精神。中心也開辦烘焙咖啡的課程，邀請專業咖啡講師前來指導，涵蓋挑豆、烘焙、研磨、包裝等技巧，希望傷友藉此機會習得一技之長。自有產品「蘊」咖啡，意指：「因為有您，蘊育重生」。

傷友的訓練不能停，中心多年來一直持續不斷努力往前邁進，也透過外界捐助、義賣、活動舉辦...等來籌措訓練經費，目的是希望提供更優質的服務內容、更完善的訓練環境，打造脊髓損傷者更美好的未來。誠摯邀請大家有機會來走走，品嚐一杯傷友手工烘焙的咖啡吧！

焦點團體訪談綱要

近年來改善比較題

友善溝通題

數位金融與防詐題

保險題

1	最常辦理的業務是什麼？
---	-------------

近年改善比較題

2	<p>這一兩年銀行或保險、證券業的硬體設備是否有改善的地方？ 為什麼覺得有改善？</p> <p>... 若無改善，請給予建議</p>
3	<p>這一兩年流程與規定是否有改善之處？ 為什麼覺得有改善？</p> <p>... 若無改善，請給予建議</p>
4	<p>近年來銀行或保險、證券業的服務態度是否有改善的地方？ 為什麼覺得有改善？</p> <p>... 若無改善，請給予建議</p>

友善溝通題

5	<p>人員在與您溝通時是否順暢且清楚講解服務的內容？</p> <p>... 您認為服務人員是否有效率地解決您的問題？若沒有為什麼？</p>
6	<p>是否遇過銀行、保險、證券業給予便利或專人服務的經驗 例如：免下車、貴賓室、特案處理、身障專用櫃台？</p> <p>... 您喜歡專人或便利服務嗎？為什麼？</p> <p>... 您覺得專人或便利服務的存在是必要的嗎？若必要，怎樣的溝通 / 說明方式會讓您更容易接受？</p> <p>... 希望如何在維持方便、快速的條件下改善專人或便利服務造成的不適感？</p>

焦點團體訪談綱要

近年來改善比較題

友善溝通題

數位金融與防詐題

保險題

數位金融與防詐題

7	<p>是否曾使用銀行或保險、證券業的數位金融服務？ 例如 APP、線上開戶、填單、線上購買股票等？</p> <p>... 近年線上功能有沒有變好用？ ... 你認為使用 APP 或網頁的銀行服務時，是否比現場服務更好？差異是什麼？ ... 是否有可以改進的地方？</p>
8	<p>這一兩年流程與規定是否有改善之處？ 為什麼覺得有改善？</p> <p>... 若無改善，請給予建議</p>

保險題

9	<p>請問您有保險保單嗎？</p> <p>有的話 ... 投保的管道是什麼？（家人保的、自己投保、業務員推銷） ... 是否遇過保險行員不清楚該怎麼協助你的狀況？</p> <p>沒有的話 ... 會想買保險嗎？（含儲蓄型） ... 有嘗試過投保嗎？（若回答被拒絕，接續問 9.6） ... 你認為保險公司在溝通方式上有什麼要改善？ ... 當被拒絕投保時，保險公司是否有清楚說明原因？</p>
---	--

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

基本資料

- 1 您的性別：
 (1) 男 (2) 女
- 2 請問您的身份別？
 (1) 視障者 (2) 聽障者
 (3) 肢障者 (4) 年長者 (65 歲以上)
 (5) 外籍人士 (6) 多重障別
- 3 您的年齡層：
 (1) 18 歲以下 (2) 18 歲 ~ 30 歲
 (3) 31 歲 ~ 45 歲 (4) 45 歲 ~ 55 歲
 (5) 56 歲 ~ 65 歲 (6) 65 歲以上

金融機構服務滿意度

- 4 請問您在金融機構 (如銀行、保險、證券) 辦理業務時，行員是否會主動清楚溝通服務內容？
 (1) 會主動及清楚溝通
 (2) 有溝通但不夠清楚
 (3) 很少溝通或完全不溝通，只是直接協助處理
 (4) 幾乎都透過陪同者溝通，未直接與我互動
- 5 您是否曾在金融機構辦理業務時遭遇拒絕處理的情形？
 (1) 是 (2) 否
- 6 承上題，當您遭遇拒絕處理時，該金融機構有提供足夠的協助或替代方案嗎？
 (1) 有【續問 7】 (2) 沒有【跳題至 9】
- 7 請問您是在什麼機構遭遇拒絕處理？
 (1) 銀行 (2) 保險 (3) 證券
- 8 請問您被拒絕處理業務的原因？(請說明)

- 9 請問您在金融機構 (銀行、保險、證券) 辦理業務時，您覺得整體服務效率如何？
 (1) 非常有效率
 (2) 有效率
 (3) 效率普通【續問 10】
 (4) 不太有效率【續問 10】
 (5) 非常沒效率【續問 10】

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

10 請問您覺得辦理業務時的效率不佳，主要原因可能有哪些？（勾選三項）

- (1) 行員對我的需求理解不足，需重複確認內容
- (2) 行員缺乏經驗，業務不熟練
- (3) 未主動提供輔助工具
- (4) 使用錯誤的溝通方式
- (5) 等待人數過多，缺乏引導或安排
- (6) 行員花太多時間確認身份或文件
- (7) 其他 _____

金融詐騙措施滿意度

11 您是否曾經遭遇過金融詐騙事件？

- (1) 有
- (2) 沒有

12 您認為目前金融機構所提供的防詐騙措施是否足夠？

- (1) 非常足夠
- (2) 足夠
- (3) 普通
- (4) 不足夠
- (5) 非常不足夠

13 您是否曾因為金融機構的防詐騙規範，在辦理業務時遭遇拒絕處理的情況？

- (1) 是【續問 14】
- (2) 否【跳題至第 15 題】

14 請問您是在什麼機構遭遇拒絕處理？

- (1) 銀行
- (2) 保險
- (3) 證券

15 請問您對目前金融機構的防詐騙措施有什麼建議？(請說明)

銀行服務滿意度

16 您目前擁有哪些銀行的帳戶？（可複選）

- (1) 臺灣銀行
- (2) 兆豐銀行
- (3) 合作金庫
- (4) 第一銀行
- (5) 華南銀行
- (6) 土地銀行
- (7) 彰化銀行
- (8) 臺灣中小企銀
- (9) 中國信託
- (10) 台北富邦
- (11) 國泰世華
- (12) 玉山銀行
- (13) 台新銀行
- (14) 上海商銀
- (15) 永豐銀行
- (16) 元大銀行
- (17) 星展銀行
- (18) 台中商銀
- (19) 聯邦商銀
- (20) 新光銀行
- (21) 郵局
- (22) 其他 _____

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

17 您最推薦哪一家銀行的服務 (單項)

- | | | | |
|------------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 臺灣銀行 | <input type="checkbox"/> (2) 兆豐銀行 | <input type="checkbox"/> (3) 合作金庫 | <input type="checkbox"/> (4) 第一銀行 |
| <input type="checkbox"/> (5) 華南銀行 | <input type="checkbox"/> (6) 土地銀行 | <input type="checkbox"/> (7) 彰化銀行 | <input type="checkbox"/> (8) 臺灣中小企銀 |
| <input type="checkbox"/> (9) 中國信託 | <input type="checkbox"/> (10) 台北富邦 | <input type="checkbox"/> (11) 國泰世華 | <input type="checkbox"/> (12) 玉山銀行 |
| <input type="checkbox"/> (13) 台新銀行 | <input type="checkbox"/> (14) 上海商銀 | <input type="checkbox"/> (15) 永豐銀行 | <input type="checkbox"/> (16) 元大銀行 |
| <input type="checkbox"/> (17) 星展銀行 | <input type="checkbox"/> (18) 台中商銀 | <input type="checkbox"/> (19) 聯邦商銀 | <input type="checkbox"/> (20) 新光銀行 |
| <input type="checkbox"/> (21) 郵局 | <input type="checkbox"/> (22) 其他 _____ | | |

18 承上題，您推薦該銀行最主要的原因？ (勾選最重要的三項)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 服務有禮貌 | <input type="checkbox"/> (2) 主動詢問需求 |
| <input type="checkbox"/> (3) 積極溝通 | <input type="checkbox"/> (4) 主動提供輔助工具 |
| <input type="checkbox"/> (5) 引導至座位或等候區 | <input type="checkbox"/> (6) 提供專人服務 / 櫃檯 |
| <input type="checkbox"/> (7) 行動 App 或網頁操作方便實用 | <input type="checkbox"/> (8) 提供即時客服 |
| <input type="checkbox"/> (9) 無障礙設施完整 | <input type="checkbox"/> (10) 其他 _____ |

19 若其他銀行能滿足上述您重視的服務因素，您是否會想多使用該銀行的服務？

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 會 | <input type="checkbox"/> (2) 不會 |
|--------------------------------|---------------------------------|

20 請問您對目前銀行的友善服務有什麼建議？

金融友善改善滿意度

21 整體而言，您是否同意近三年金融機構在「櫃檯服務與人員溝通」方面有所進步？ (如服務態度、溝通技巧、主動提供協助)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 非常同意 【續問 22】 | <input type="checkbox"/> (2) 同意 【續問 22】 |
| <input type="checkbox"/> (3) 普通 【跳題至 23】 | <input type="checkbox"/> (4) 不同意 【跳題至 23】 |
| <input type="checkbox"/> (5) 非常不同意 【跳題至 23】 | |

22 承上題，您認為「櫃檯服務與人員溝通」進步原因

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 行員更主動及貼心 |
| <input type="checkbox"/> (2) 行員的溝通技巧明顯改善 |
| <input type="checkbox"/> (3) 行員主動提供更多的溝通輔助工具 |
| <input type="checkbox"/> (4) 行員對識別客戶更快速及理解 |
| <input type="checkbox"/> (5) 其他 _____ |

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

23 承上題，您認為「櫃檯服務與人員溝通」退步原因

- (1) 行員服務態度並未改善，缺乏耐心
- (2) 行員溝通技巧仍不足
- (3) 行員服務效率仍須加強
- (4) 行員仍未提供溝通輔助工具
- (5) 其他 _____

24 整體而言，您是否同意近三年金融機構在「制度與政策措施」有所進步？ (如防詐騙措施、办理流程多元化、友善服務)

- (1) 非常同意【續問 25】
- (2) 同意【續問 25】
- (3) 普通【跳題至 26】
- (4) 不同意【跳題至 26】
- (5) 非常不同意【跳題至 26】

25 承上題，您認為「制度與政策措施」進步原因

- (1) 服務流程更簡便
- (2) 防詐騙政策與措施更完善
- (3) 提供更多元的辦理方式(如線上/臨櫃/電話)
- (5) 其他 _____

26 承上題，您認為「制度與政策措施」退步原因

- (1) 行制度設計未考量使用者的使用需求
- (2) 防詐措施不足
- (3) 办理流程複雜
- (4) 其他 _____

27 整體而言，您是否同意近三年金融機構在「無障礙環境與設施」方面有所進步？ (如無障礙 ATM、公共環境、網路與 App 等)

- (1) 非常同意【續問 28】
- (2) 同意【續問 28】
- (3) 普通【跳題至 29】
- (4) 不同意【跳題至 29】
- (5) 非常不同意【跳題至 29】

28 承上題，您認為「無障礙環境與設施」退步原因

- (1) 無障礙設施更完善
- (2) 公共服務空間規劃更為友善
- (3) 行動 App 與網站無障礙功能與操作性提升
- (4) 其他 _____

29 承上題，您認為「無障礙環境與設施」退步原因

- (1) 無障礙設施不足或維護不佳
- (2) 行動 App 與網站操作困難
- (3) 其他 _____

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

數位金融服務使用行為過濾題

30 請問您最近三個月內有沒有使用過以下的數位金融服務？

- (1) 網路銀行 / 行動銀行
- (2) 行動支付 (如 LINE pay、街口支付等)
- (3) 以手機或電腦進行證券交易 (如期貨 / 選擇權 / 基金)
- (4) 網路投保及線上申辦保險服務
- (5) 完全沒有使用經驗【續問 5】
- (6) 曾經使用過，最近三個月內沒有使用【續問 6】

31 請問您沒有使用過數位金融服務的原因有哪些？(最多選三項)

- (1) 擔心交易安全 (如個資外洩或詐騙風險)
- (2) 習慣與真人接觸互動
- (3) 缺乏內建輔助工具或無障礙設計 (如語音導覽、放大字體)
- (4) 網雖有輔助功能，但設計不直覺或不實用
- (5) 操作不夠簡便，畫面設計複雜
- (6) 有使用問題時無法獲得即時協助
- (7) 沒有使用需求
- (8) 不知道怎麼開始使用 / 不會操作
- (9) 其他 _____

32 請問您曾經使用過數位金融服務，請問後來沒有再繼續使用的原因有哪些？

- (1) 曾發生個人資料外洩、可疑交易或詐騙等事件
- (2) 缺乏符合我需求的服務項目
- (3) 使用後沒有想像中方便
- (4) 仍偏好與真人接觸互動
- (5) 有使用問題時無法獲得即時協助
- (6) 擔心未來交易安全
- (7) 其他 _____

網路銀行 / 行動銀行

33 請問您最近三個月內使用「網路銀行」或「行動銀行」服務的頻率是如何？(單一選項)

- (1) 每天數次
- (2) 每天一次
- (3) 每週四到六次
- (4) 每週一到三次
- (5) 超過一週才使用一次

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

34 請問您最常使用「網路銀行」或「行動銀行」哪些服務項目？(最多選三項)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 轉帳 / 換匯 | <input type="checkbox"/> (2) 帳單繳費 / 繳稅 |
| <input type="checkbox"/> (3) 辦理定存 | <input type="checkbox"/> (4) 貸款條件試算及申辦 |
| <input type="checkbox"/> (5) 信用卡服務及申辦 | <input type="checkbox"/> (6) 基金服務 (申購 / 贖回 / 轉換等) |
| <input type="checkbox"/> (7) 查詢存款餘額與交易紀錄 | <input type="checkbox"/> (8) 無卡提款 |
| <input type="checkbox"/> (9) 線上 / 智能客服 | <input type="checkbox"/> (10) 其他 _____ |

35 請問您最滿意哪一家銀行的「網路銀行」或「行動銀行」?(單一選項)

- | | | | |
|------------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 臺灣銀行 | <input type="checkbox"/> (2) 兆豐銀行 | <input type="checkbox"/> (3) 合作金庫 | <input type="checkbox"/> (4) 第一銀行 |
| <input type="checkbox"/> (5) 華南銀行 | <input type="checkbox"/> (6) 土地銀行 | <input type="checkbox"/> (7) 彰化銀行 | <input type="checkbox"/> (8) 臺灣中小企銀 |
| <input type="checkbox"/> (9) 中國信託 | <input type="checkbox"/> (10) 台北富邦 | <input type="checkbox"/> (11) 國泰世華 | <input type="checkbox"/> (12) 玉山銀行 |
| <input type="checkbox"/> (13) 台新銀行 | <input type="checkbox"/> (14) 上海商銀 | <input type="checkbox"/> (15) 永豐銀行 | <input type="checkbox"/> (16) 元大銀行 |
| <input type="checkbox"/> (17) 星展銀行 | <input type="checkbox"/> (18) 台中商銀 | <input type="checkbox"/> (19) 聯邦商銀 | <input type="checkbox"/> (20) 新光銀行 |
| <input type="checkbox"/> (21) 郵局 | <input type="checkbox"/> (22) 其他 _____ | | |

36 請問您最滿意該銀行的哪些服務內容 (最多選三項)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 轉帳 / 換匯 | <input type="checkbox"/> (2) 帳單繳費 / 繳稅 |
| <input type="checkbox"/> (3) 辦理定存 | <input type="checkbox"/> (4) 貸款條件試算及申辦 |
| <input type="checkbox"/> (5) 信用卡服務及申辦 | <input type="checkbox"/> (6) 基金服務 (申購 / 贖回 / 轉換等) |
| <input type="checkbox"/> (7) 查詢存款餘額與交易紀錄 | <input type="checkbox"/> (8) 無卡提款 |
| <input type="checkbox"/> (9) 線上 / 智能客服 | <input type="checkbox"/> (10) 其他 _____ |

37 請問您滿意上述服務的原因有哪些？

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 操作介面簡單易懂 | <input type="checkbox"/> (2) 使用過程穩定不中斷 |
| <input type="checkbox"/> (3) 無障礙用語設計 | <input type="checkbox"/> (4) 提供友善客服支援 |
| <input type="checkbox"/> (5) 客服中心即時協助 | <input type="checkbox"/> (6) 內建輔助工具完整 |
| <input type="checkbox"/> (7) 登入與認證方式便利 | <input type="checkbox"/> (8) 其他 _____ |

38 請問您對其他銀行不滿意是哪些服務內容

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 轉帳 / 換匯 | <input type="checkbox"/> (2) 帳單繳費 / 繳稅 |
| <input type="checkbox"/> (3) 辦理定存 | <input type="checkbox"/> (4) 貸款條件試算及申辦 |
| <input type="checkbox"/> (5) 信用卡服務及申辦 | <input type="checkbox"/> (6) 基金服務 (申購 / 贖回 / 轉換等) |
| <input type="checkbox"/> (7) 查詢存款餘額與交易紀錄 | <input type="checkbox"/> (8) 無卡提款 |
| <input type="checkbox"/> (9) 線上 / 智能客服 | <input type="checkbox"/> (10) 其他 _____ |

承諾企管2025金融友善調查問卷

金融機構服務

金融詐騙措施

銀行服務

金融友善改善

數位金融服務使用行為

網路/行動銀行

39 請問您不滿意上述服務的原因有哪些？

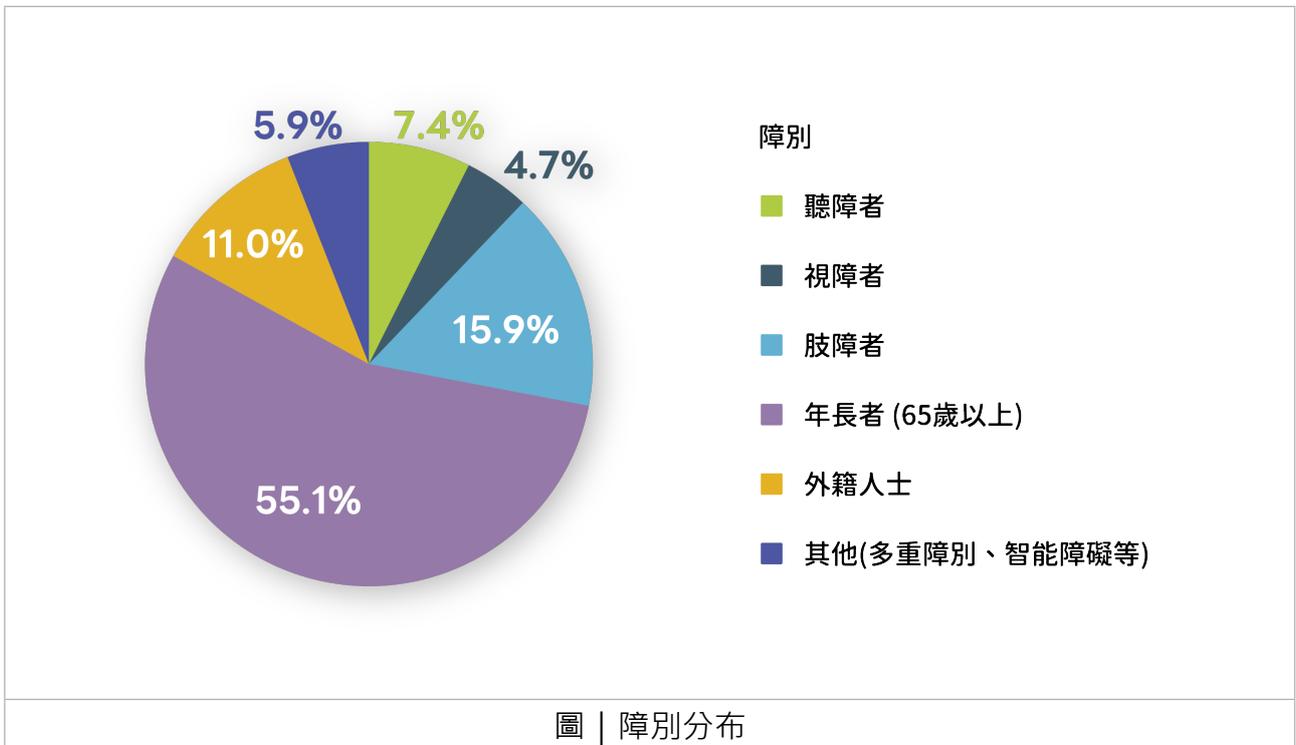
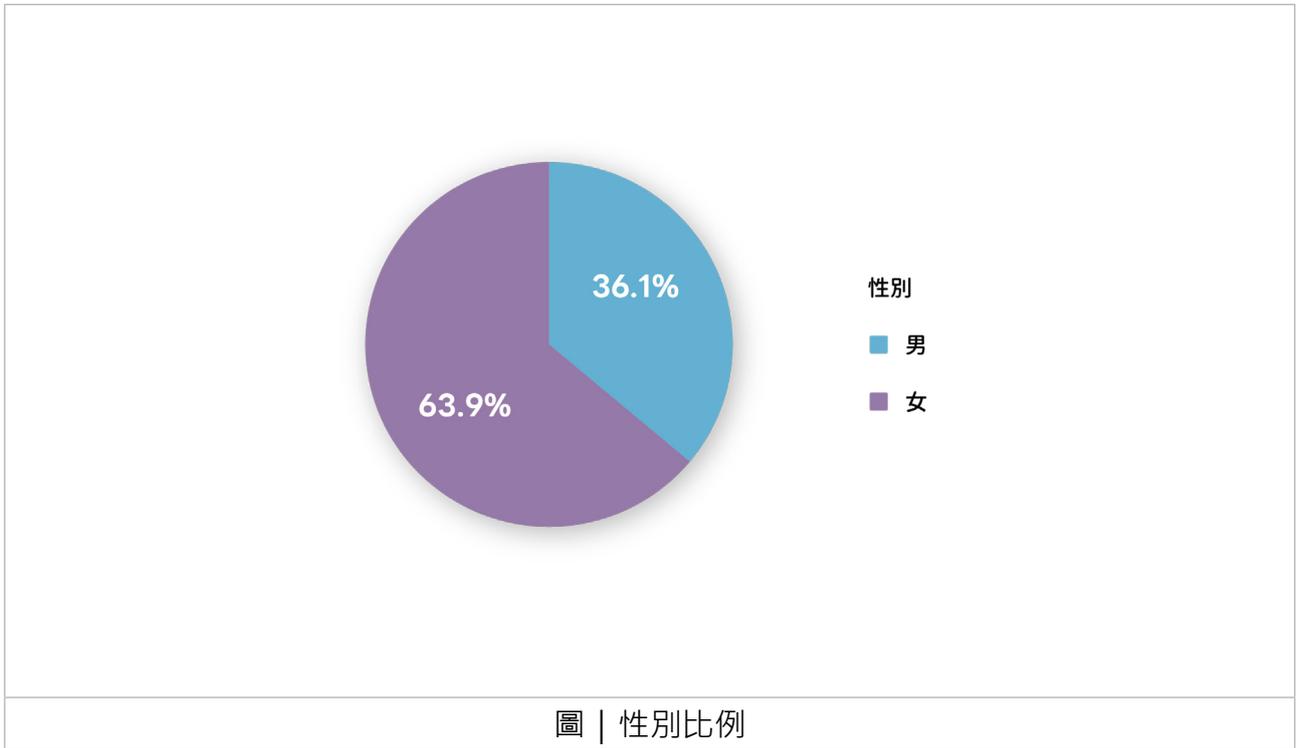
- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 操作介面複雜、不直覺 | <input type="checkbox"/> (2) 系統不穩定 |
| <input type="checkbox"/> (3) 無法即時聯繫客服 | <input type="checkbox"/> (4) 缺乏友善客服 |
| <input type="checkbox"/> (5) 安全性不足 | <input type="checkbox"/> (6) 無障礙功能陽春 |
| <input type="checkbox"/> (7) 其他 _____ | |

40 請問您對於使用數位金融服務 (網路銀行、行動銀行、行動支付、數位金融證券交易、網路線上保險服務) 在「交易安全」的表現有沒有信心？

- (1) 非常有信心 (2) 還算有信心 (3) 不太有信心 (4) 非常沒有信心

41 依照您個人使用數位金融服務的經驗，請問您期待未來發展重點或最需要的面向、服務內容為何？
(請說明)

2025問卷調查結果



● ● ● ● 2025 問卷調查結果

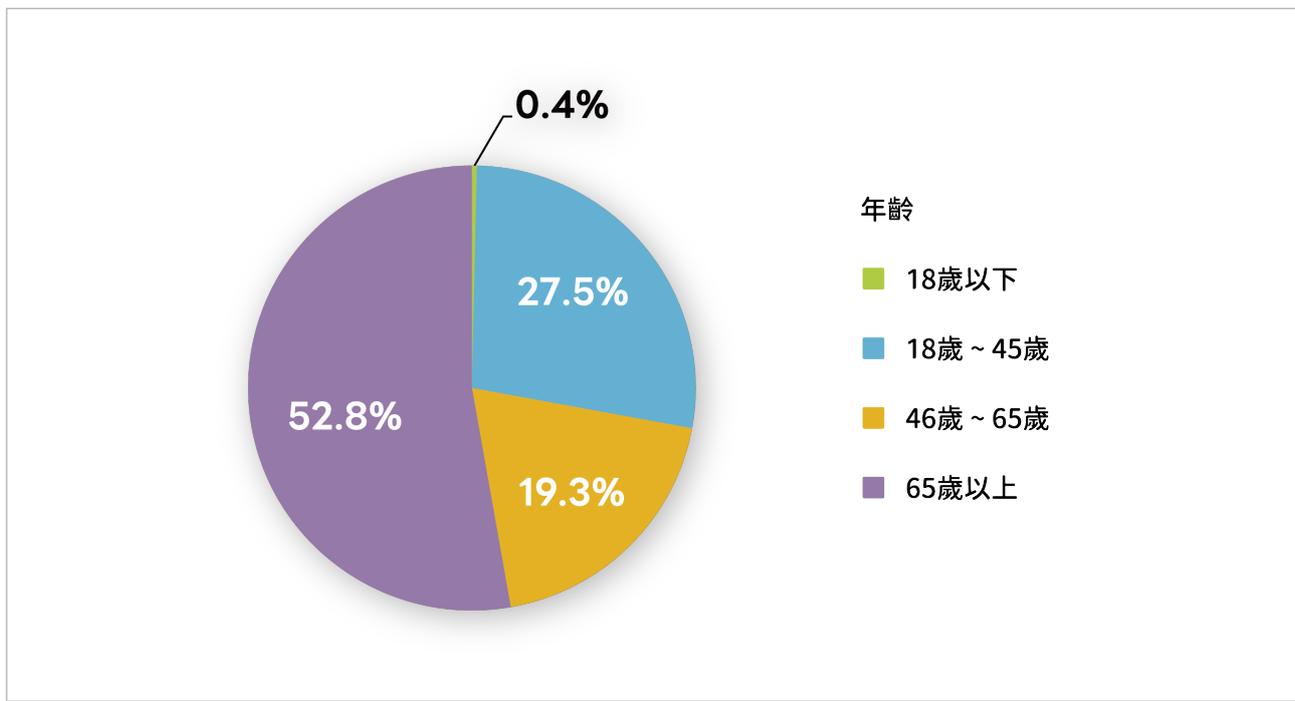


圖 | 年 齡 分 布

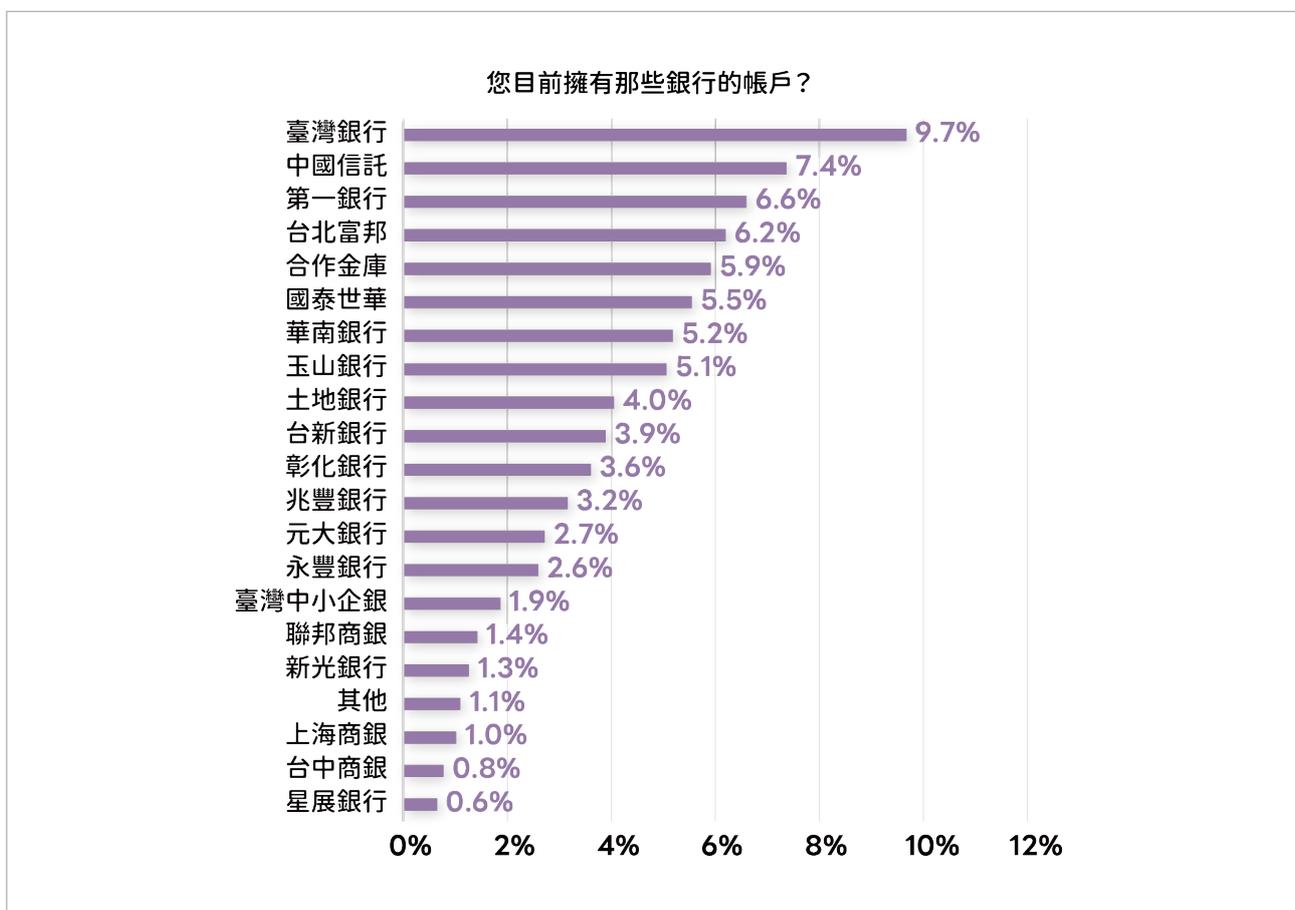


圖 | 擁有的銀行帳號

● ● ● ● 2025 問卷調查結果

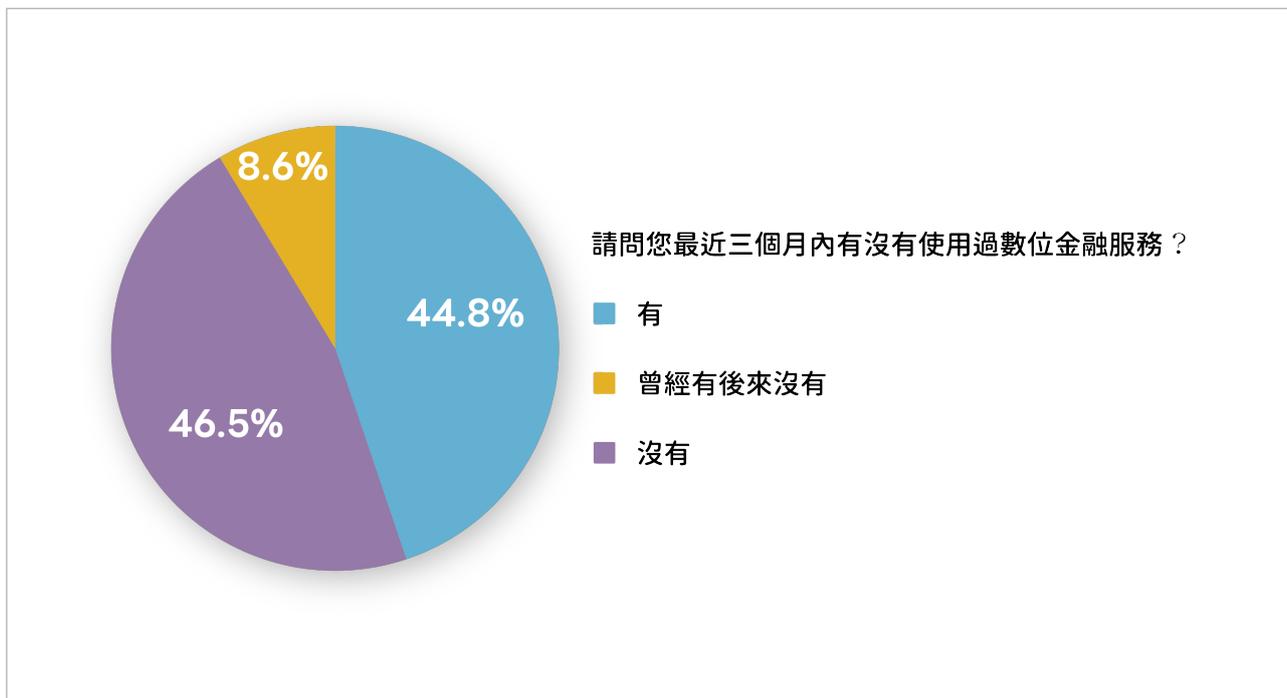


圖 | 請問您最近三個月內有沒有使用過數位金融服務？

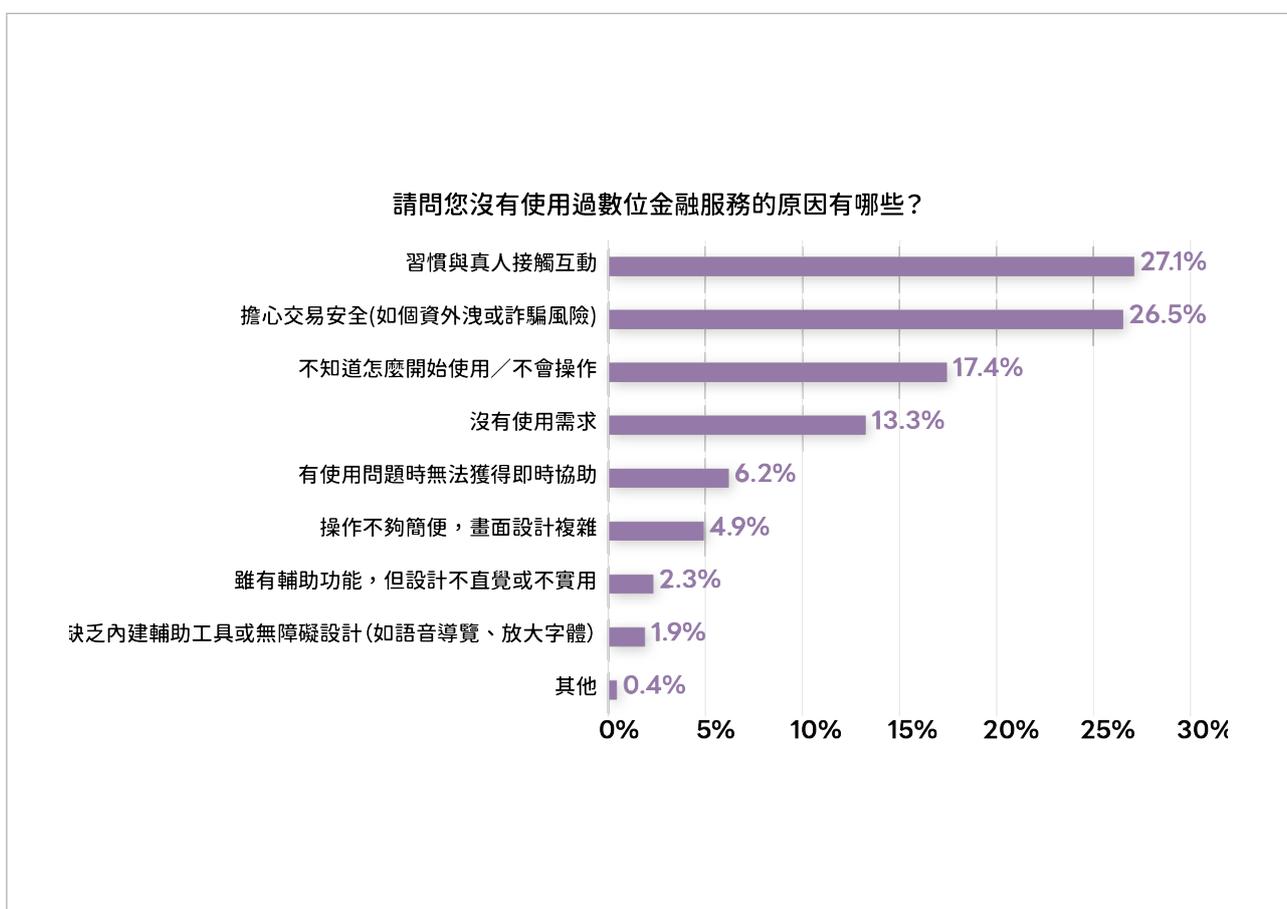


圖 | 請問您沒有使用過數位金融服務的原因有哪些？

● ● ● ● 2025 問卷調查結果

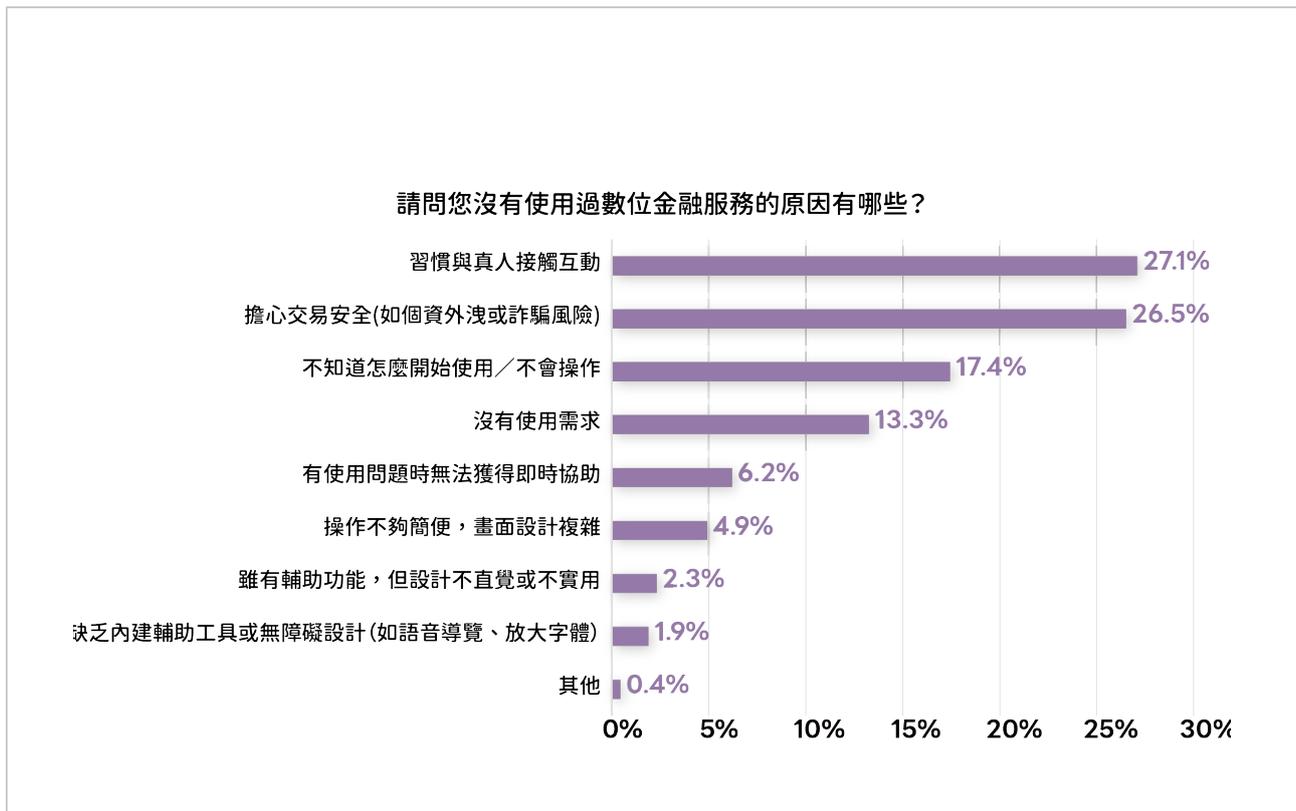


圖 | 請問您曾經使用過數位金融服務，請問後來沒有再繼續使用的原因有哪些？

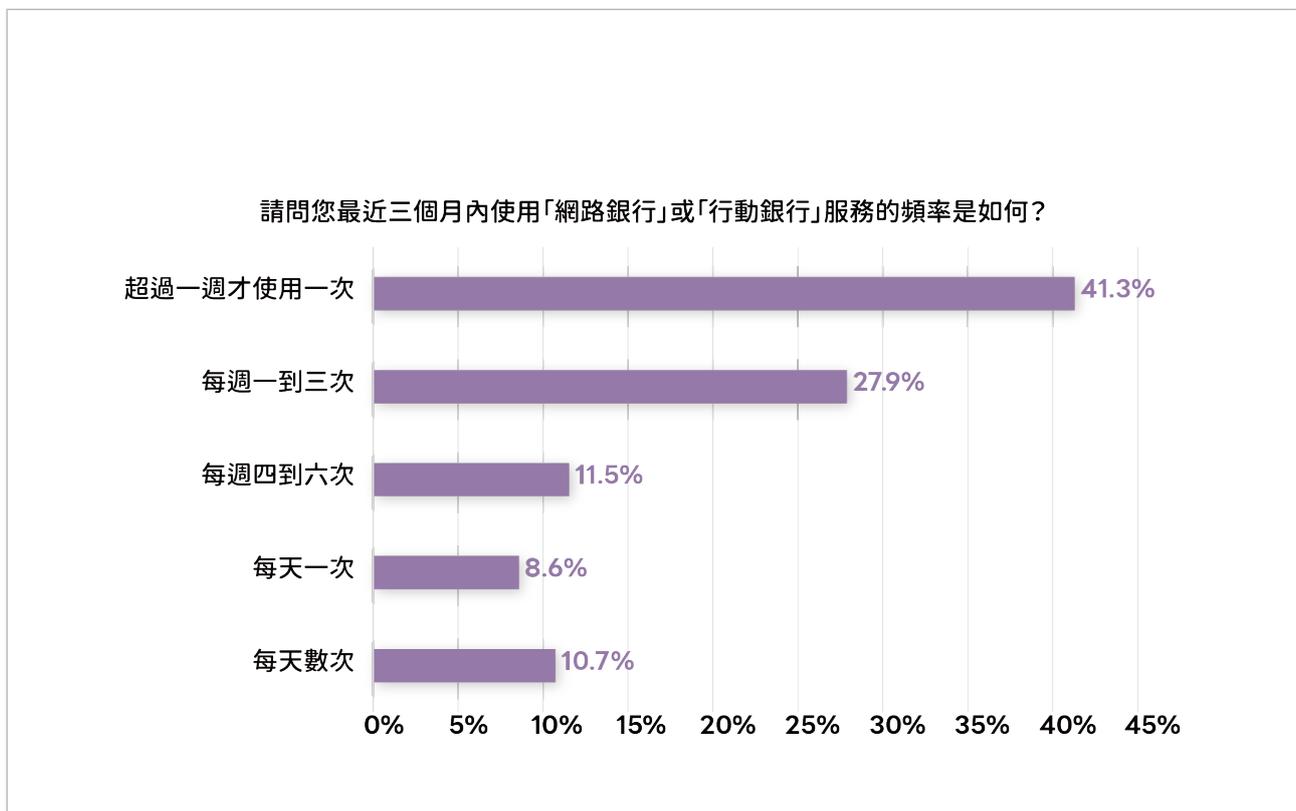
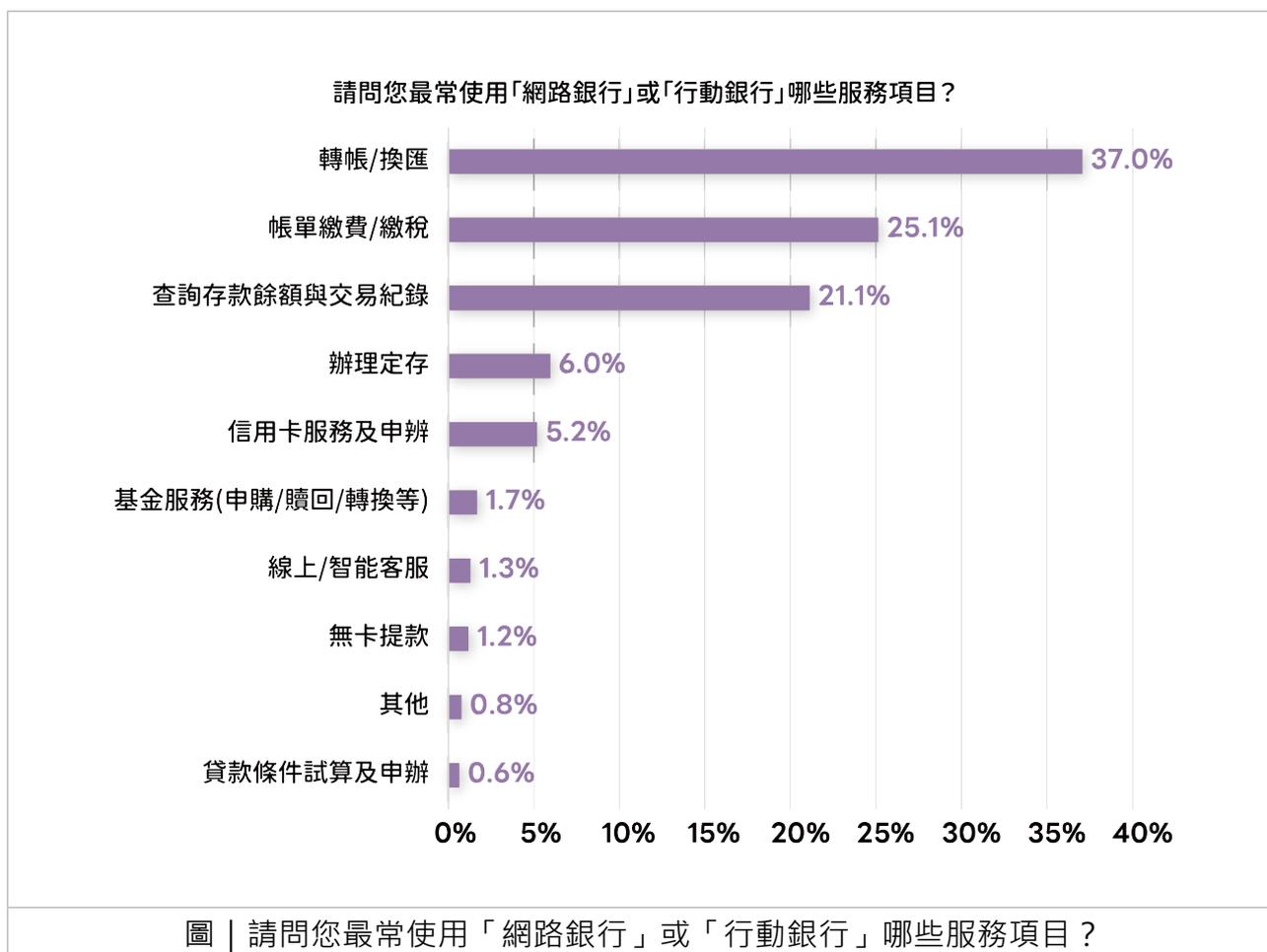


圖 | 請問您最近三個月內使用「網路銀行」或「行動銀行」服務的頻率是如何？

● ● ● ● 2025 問卷調查結果





神秘客評分項目

身心障礙神秘客

基本服務流程 (62.5%)	引導服務 (16.7%)	問候
		探詢需求
		引導入內
		致謝道別
	櫃檯服務禮儀 (45.8%)	起身
		目視
		問候
		詢問需求
		清楚說明
		交易確認
		結束前確認
		起身
目視		
道別語		
專心服務		
金融友善服務 (37.5%)	硬體設施 (20.8%)	無障礙設施
	金融友善服務技巧 (16.7%)	肢體障礙者題組



神秘客評分項目

外國人神秘客

基本服務流程 (44.5%)	基本服務禮儀 (44.5%)	問候
		探詢需求
		清楚說明
		交易確認
		結束前確認
		專心服務
		忙碌致意
		道別語
金融友善服務 (55.5%)	硬體設施 (22.2%)	外語設施
	金融友善服務技巧 (33.3%)	外國人題組



金融友善，不只是一份責任，更是提升品牌價值
TSIDA承擔使命 與您永續企業未來競爭力

tsida.com.tw

若您對報告有任何問題，歡迎來電洽詢，感謝您的閱讀



台灣服務產業交流協會

Taiwan Service Industry Development Association

☎ 02-2545-9106

📍 105403 台北市松山區復興北路191號8樓

✉ service@tsida.com.tw